

**TEKNOLOGI KECERDASAN ARTIFISIAL DAN RELIGIUSITAS:  
MOTIF, MODEL IMPLEMENTASI, DAN PENGARUH  
(STUDI TERHADAP KOMUNITAS MUSLIM MILENIAL KOTA  
MALANG)**

**TESIS**

**OLEH  
M. FIRDAUS IMADUDDIN  
NIM. 19750005**



**PROGRAM MAGISTER STUDI ILMU AGAMA ISLAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2021**

**TEKNOLOGI KECERDASAN ARTIFISIAL DAN RELIGIUSITAS:  
MOTIF, MODEL IMPLEMENTASI, DAN PENGARUH  
(STUDI TERHADAP KOMUNITAS MUSLIM MILENIAL KOTA  
MALANG)**

**TESIS**

**Diajukan kepada**

**Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang untuk  
Memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Magister (S-2)  
Studi Ilmu Agama Islam**

**OLEH**

**M. FIRDAUS IMADUDDIN  
NIM. 19750005**

**PROGRAM MAGISTER STUDI ILMU AGAMA ISLAM**

**PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

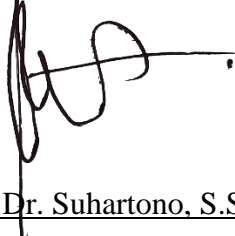
**2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis dengan judul Teknologi Kecerdasan Artifisial Dan Religiusitas: Motif, Model Implementasi, dan Pengaruh (Studi Terhadap Komunitas Muslim Milenial Kota Malang) ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji,

Malang, 27 Juli 2021

Pembimbing I



Prof. Dr. Suhartono, S.Si., M.Kom

NIP. 196805192003121001

Malang, 27 Juli 2021

Pembimbing II



Prof. Dr. H. Roibin, M.Hi

NIP. 196812181999031002

Malang, 28 Juli 2021

Mengetahui,

Ketua Program Magister Studi Ilmu Agama Islam



Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag.

NIP. 197307102000031002

## LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Tesis dengan judul Teknologi Kecerdasan Artifisial Dan Religiusitas: Motif, Model Implementasi, Dan Pengaruh (Studi Terhadap Komunitas Muslim Milenial Kota Malang) ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 18 Agustus 2021

Dewan Penguji,

Dr. H. Miftahul Huda, M.Ag.  
NIP. 197310022000031002

  
Ketua

Dr. H. Ahmad Barizi, M.A.  
NIP. 197312121998031008

  
Penguji Utama

Prof. Dr. Suhartono, S.Si., M. Kom.  
NIP. 196805192003121001

  
Anggota

Prof. Dr. H. Roibin, M. Hi.  
NIP. 196812181999031002

  
Anggota

Mengetahui  
Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. H. Wahidurni, M.Pd., Ak.  
NIP. 196903032000031002

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Firdaus Imaduddin

NIM : 19750005

Program Studi : Studi Ilmu Agama Islam

Judul Tesis : **Teknologi Kecerdasan Artifisial Dan Religiusitas: Motif, Model Implementasi, Dan Pengaruh (Studi Terhadap Komunitas Muslim Milenial Kota Malang)**

Menyatakan bahwa tesis ini benar-benar karya saya sendiri, bukan plagiasi dari karya tulis orang lain baik Sebagian atau keseluruhan. Pendapat atau temuan penelitian orang lain yang terdapat dalam tesis ini dikutip atau dirujuk sesuai kode etik penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ternyata dalam tesis ini terbukti ada unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 26 Juli 2021

Hormat saya



M. Firdaus Imaduddin

NIM. 19750005

## MOTTO

مَرَجَ الْبَحْرَيْنِ يَلْتَقِيَانِ (19) بَيْنَهُمَا بَرْزَخٌ لَا يَبْغِيَانِ (20) فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ  
(21)

*“Dia membiarkan dua laut mengalir yang (kemudian) keduanya bertemu. Di antara keduanya ada batas yang tidak dilampaui masing-masing. Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu dustakan?” (QS: Al-Rahman Ayat 19-21)*

[Dua lautan yang bertemu menggambarkan sebuah integrasi konstruktif antara Islam dan bidang lainnya, seperti sains dan teknologi. Meski tidak dapat dipungkiri bahwa kedua entitas tersebut memiliki batasan esensial yang tidak dapat dicampuradukkan, keduanya tetap memiliki potensi untuk melahirkan peradaban yang luar biasa. Kehadiran sains dan teknologi yang dipadukan dengan implementasi nilai-nilai Islam akan mampu menjawab berbagai tantangan zaman, khususnya zaman dengan dinamika modernitas dan mobilitas sosial di masa depan]

## **PERSEMBAHAN**

Tesis ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, ayahanda Drs. H. Ali Fauzi, MA dan ibunda Hj. Sumarlik Fauzi yang telah mencurahkan daya dan upayanya demi pendidikan anak tersayangnya.
2. Istri tercinta, dr. Jamiatul Khairiyah yang senantiasa memberikan dorongan dan semangat selama proses penulisan dan penyelesaian tesis ini.
3. Seluruh dosen Program Magister Studi Ilmu Agama Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, dan inspirasinya selama penulis menempuh studi.
4. Dosen pembimbing, Prof. Dr. H. Roibin, M.Hi. dan Prof. Dr. Suhartono, S.Si., M. Kom. yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan saya dalam proses penyelesaian tesis ini.
5. Seluruh pihak terkait yang turut memberikan kontribusi terbaiknya untuk menjadikan tesis ini selesai dalam tepat waktu.

## مستخلص البحث

عماد الدين ، م. فردوس. 2021. تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتدين: الدوافع ونماذج التنفيذ والتأثيرات (دراسة المجتمع الإسلامي الألفي في مدينة مالانج). بحث جامعي، برنامج الدراسات العليا للدراسات الإسلامية في جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج، مشرف (1) أ.د. سوهارتونو، الماجستير (الثاني) أ.د. رويين ، الماجستير

**الكلمات المفتاحية:** تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، تطبيق *Muslim Pro*، تطبيق *Umma*، التدين

يعد وجود تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في عصر الثورة 4.0 أحد مظاهر التطور التكنولوجي الذي لا يفصل أساسًا عن ديناميكيات الحياة البشرية في جميع المجالات. بما في ذلك مجال الممارسة الدينية الفردية. يمكن أن تكون تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وظيفيًا وسيلة بديلة في دعم وتسهيل وتعزيز تجربة التدين الفردي بأشكاله المختلفة من مظاهره. من بينها تطبيقات *Muslim Pro* و *Umma*. تهدف هذه الدراسة بشكل أساسي إلى الكشف عن ثلاث صيغ للمشاكل ؛ (1) ما هي دوافع استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في شكل تطبيقات *Muslim Pro* و *Umma* ، (2) كيفية تطبيق نموذج استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في شكل تطبيقات *Muslim Pro* و *Umma* ، (3) كيف تأثير استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في شكل تطبيقات *Muslim Pro* و *Umma* على مستوى التدين الإسلامي الألفي في مدينة مالانج.

تستخدم هذه الدراسة إطار عمل مركب (*mixed method*) مع نموذج استكشافي متسلسل يجمع بين الأساليب النوعية والكمية في التسلسل. استخدم جمع البيانات في هذه الدراسة تقنيات مقابلة عميقة عبر الإنترنت باستخدام تطبيقات *Zoom Meeting* و *WhatsApp Voice Notes* وتوزيع الاستبيان عبر الإنترنت باستخدام وسائط *Google Form*. يشير تحليل البيانات النوعية المستخدم إلى تقنيات تحليل مایلز وهوبرمان التي تتكون من جمع البيانات وتقليل البيانات وعرض البيانات والاستنتاجات. أما بالنسبة لتحليل البيانات الكمية ، فيشير إلى سلسلة من تقنيات تحليل البيانات الإحصائية بما في ذلك اختبار الصلاحية والموثوقية ، واختبار الحالة الطبيعية ، واختبار التجانس ، واختبار معامل الارتباط ، واختبار فرضية الانحدار الخطي البسيط بمساعدة برنامج SPSS



تنتج هذه الدراسة عدة نتائج للبيانات، هي: (1) استخدام تطبيقات *Muslim Pro* و *Umma* القائمة على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي مبني على عدة دوافع سلوكية، منها: الدوافع اللاهوتية ، ودوافع الهوية الشخصية ، ودوافع البحث عن المعلومات ، ودوافع التفاعل الاجتماعي ، (2) يركز استخدام تطبيقات نتج هذه الدراسة بعض نتائج البيانات ، هي: (1) استخدام تطبيقات *Muslim Pro* و *Umma* القائمة على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي مدفوعة بعدة دوافع سلوكية، منها: الدوافع الإلهية، ودوافع الهوية الشخصية، دوافع البحث عن المعلومات، ودوافع التفاعل الاجتماعي ، (2) يركز استخدام تطبيقات *Muslim Pro* و *Umma* القائمة على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على عدة نماذج للتنفيذ، بما في ذلك: نماذج التنفيذ كوسائط بديلة لتحسين الجوانب الإلهية ، ونموذج التنفيذ لزيادة بُعد التجربة الدينية ، ونموذج التنفيذ لزيادة بُعد المعرفة، ونموذج التنفيذ لزيادة البعد الانخراط في المجتمعات الدينية ، (3) يتم قبول  $H_a$  ورفض  $H_0$  ، مما يعني أن المتغير (X) استخدام تطبيقات *Muslim Pro* و *Umma* القائمة على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي يؤثر على المتغير (Y) مستوى تدين المسلمين الألفيين بقيمة محددة ( $R Square$ ) من تطبيق *Muslim Pro* بنسبة 0.178 أو 17.8٪ و ( $R Square$ ) تطبيق *Umma* كان 0.182 أو 18.2٪.

## ABSTRACT

Imaduddin, M. Firdaus. 2021. Artificial Intelligence Technology and Religiosity: Motives, Implementation Models, and Effects (A Study of the Millennial Muslim Community of Malang). Thesis, Postgraduate Islamic Studies Program of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang, Supervisor (I) Prof. Dr. Suhartono, S.Si., M.Kom (II) Prof. Dr. H. Roibin, M.Hi

**Keywords:** *Artificial Intelligence Technology, Muslim Pro application, Umma application, Religiosity*

The existence of artificial intelligence technology in the era of industrial revolution 4.0 is one of the manifestations of technological development that is essentially inseparable from the dynamics of human life in all fields. Including the field of individual religious practice. Artificial intelligence technology can functionally be an alternative medium in supporting, facilitating and enhancing the experience of individual religiosity with its various forms of manifestation. Among them are Muslim Pro and Umma applications. This study basically aims to uncover three problem formulations; 1) what are the motives for the use of artificial intelligence technology in the form of Muslim Pro and Umma applications, 2) how the implementation model of the use of artificial intelligence technology in the form of Muslim Pro and Umma applications, 3) how the effect of the use of artificial intelligence technology in the form of Muslim Pro and Umma applications on the level of millennial Muslim religiosity in Malang City.

This study uses a combination method framework (*mixed method*) with a *sequential exploratory paradigm* that combines qualitative and quantitative methods in sequence. Data collection in this study used deep online interview techniques using *Zoom Meeting* and *WhatsApp Voice Notes* applications and online questionnaire distribution using *Google Form* media. Qualitative data analysis used refers to Miles and Huberman's analysis techniques that consist of data collection, data reduction, data display, and conclusions. As for quantitative data analysis refers to a series of statistical data analysis techniques including validity and reliability test, normality test, homogeneity test, correlation coefficient test and simple linear regression hypothesis test assisted by SPSS 25.0 program.

This study resulted several data findings, they are: 1) The use of Muslim Pro and Umma applications based on artificial intelligence technology is motivated by several motives, including: theological motives, personal identity motives, information seeking motives and interpersonal utility, 2) The use of Muslim Pro and Umma applications based on artificial intelligence technology focuses on several implementation models, including: implementation models as alternative media to improve theological aspects (the theological dimension improvement), implementation model to increase the dimension of religious experience (the experiential dimension improvement), implementation model to increase the dimension of knowledge (the dimension of knowledge improvement), and implementation model to increase the dimension of involvement in religious communities (the dimension of community improvement) , 3)  $H_a$  is accepted and  $H_0$  rejected which means Variable (X) the use of the Muslim Pro and Umma applications based on artificial intelligence technology affects the variable (Y) the level of religiosity of millennial Muslims with a determination value (R Square) of the Muslim Pro application of 0.178 or 17.8% and (R Square) the Umma application was 0.182 or 18.2%.

## ABSTRAK

Imaduddin, M. Firdaus. 2021. *Teknologi Kecerdasan Artifisial Dan Religiusitas: Motif, Model Implementasi, Dan Pengaruh (Studi Terhadap Komunitas Muslim Milenial Kota Malang)*. Tesis, Program Studi Ilmu Agama Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing (I) Prof. Dr. Suhartono, S.Si., M.Kom (II) Prof. Dr. H. Roibin, M.Hi

**Kata Kunci:** *Teknologi Kecerdasan Artifisial, aplikasi Muslim Pro, aplikasi Umma, Religiusitas*

Kehadiran teknologi kecerdasan artifisial dalam era revolusi industri 4.0 dianggap sebagai salah satu manifestasi perkembangan teknologi yang secara esensial tidak dapat dipisahkan dari dinamika kehidupan manusia dalam segala bidang. Termasuk bidang praktik keberagamaan individu. Teknologi kecerdasan artifisial secara fungsional dapat menjadi media alternatif dalam mendukung, memudahkan dan meningkatkan pengalaman religiusitas individu dengan berbagai bentuk manifestasinya. Di antaranya aplikasi Muslim Pro dan Umma. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap tiga rumusan masalah; 1) apa motif penggunaan teknologi kecerdasan artifisial berbentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma, 2) bagaimana model implementasi penggunaan teknologi kecerdasan artifisial berbentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma, 3) bagaimana pengaruh penggunaan teknologi kecerdasan artifisial berbentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang.

Penelitian ini menggunakan kerangka metode kombinasi (*mixed method*) dengan paradigma *sequential exploratory* yang memadukan metode kualitatif dan kuantitatif secara berurutan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam secara daring (*deep online interview*) dan penyebaran kuesioner secara daring. Analisis data kualitatif yang digunakan mengacu pada teknik analisis Miles dan Huberman. Sedangkan untuk analisis data kuantitatif mengacu pada rangkain teknik analisa data statistik meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji homogenitas, uji koefisien korelasi dan uji hipotesis regresi linier sederhana yang dibantu dengan program SPSS 25.0.

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan data, antara lain: 1) Penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma berbasis teknologi kecerdasan artifisial dilatarbelakangi oleh beberapa motif perilaku, antara lain: motif teogenetis (*theological motive*), motif identitas personal (*personal identity motive*), motif mencari informasi (*information seeking motive*), dan motif interaksi sosial (*interpersonal utility*), 2) Penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma berbasis teknologi kecerdasan artifisial memusat pada beberapa model implementasi, antara lain: model implementasi sebagai media alternatif untuk meningkatkan aspek teologi (*the theological dimension improvement*), model implementasi untuk meningkatkan dimensi pengalaman religius (*the experiential dimension improvement*), model implementasi untuk meningkatkan dimensi pengetahuan (*the dimension of knowledge improvement*), dan model implementasi untuk meningkatkan dimensi keterlibatan dalam komunitas keagamaan (*the dimension of community improvement*), 3)  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang berarti Variabel (X) penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma berbasis teknologi kecerdasan artifisial mempengaruhi variabel (Y) tingkat religiusitas individu Muslim milenial dengan nilai determinasi (*R Square*) aplikasi Muslim Pro sebesar 0,178 atau 17,8% dan (*R Square*) aplikasi Umma sebesar 0,182 atau 18,2%.

## KATA PENGANTAR

Ucapan syukur yang mendalam penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan kemampuan kepada penulis untuk menyelesaikan tesis ini. Hanya dengan karunia dan pertolongan-Nya, karya sederhana ini dapat terwujud. Shalawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengarahkan kita jalan kebenaran dan kebaikan.

Banyak pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.Ag. dan para Wakil Rektor.
2. Direktur Pascasarjana, Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd., Ak. atas semua layanan dan fasilitas yang baik, yang telah diberikan selama penulis menempuh studi.
3. Ketua dan Sekretaris Program Magister Studi Ilmu Agama Islam, Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag. dan Dr. Moh. Toriquddin, Lc., M.Hi. atas motivasi dan kemudahan layanan selama studi.
4. Dosen Pembimbing I, Prof. Dr. Suhartono, S.Si., M. Kom. atas bimbingan, saran, kritik dan koreksinya dalam penulisan tesis ini.
5. Dosen Pembimbing II, Prof. Dr. H. Roibin, M.Hi. atas bimbingan, saran, kritik dan koreksinya dalam penulisan tesis ini.
6. Seluruh dosen Pascasarjana yang telah mencurahkan ilmu pengetahuan, wawasan dan inspirasi bagi penulis untuk meningkatkan kualitas akademik.
7. Seluruh jajaran Staf dan tenaga kependidikan Pascasarjana yang telah banyak memberikan kemudahan-kemudahan layanan akademik dan administrasi selama penulis menyelesaikan studi.
8. Ketua dan pengurus komunitas Hijrah United Malang dan komunitas Yuk Ngaji Malang yang telah bersedia membantu penulis dalam menyediakan informasi yang terkait dengan penelitian ini.
9. Seluruh responden dan narasumber yang terlibat dalam proses penelitian ini.

10. Kedua orang tua tercinta, ayahanda Drs. H. Ali Fauzi MA, dan ibunda Hj. Sumarlik Fauzi yang tidak henti-hentinya memberikan do'a dan motivasi kepada penulis.
11. Istri tercinta, dr. Jamiatul Khairiyah yang senantiasa memberikan dorongan dan semangat selama proses penulisan dan penyelesaian tesis ini.
12. Seluruh keluarga di Lamongan yang selalu menjadi inspirasi dalam menjalani hidup.

Penulis hanya bisa menyampaikan ucapan terima kasih dan berdo'a agar semua amal shalih yang telah mereka semua lakukan, diberikan balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT.

Malang, 26 Juli 2021

Penulis,

M. Firdaus Imaduddin

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi Arab-Indonesia yang digunakan dalam penulisan tesis ini merujuk pada Surat Keputusan Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI nomor 158/1987 dan 0543/U/ 1987, yaitu sebagai berikut:

### A. Konsonan

ا	:	tidak dilambangkan	م	:	m
ب	:	b	ن	:	n
ت	:	t	و	:	w
ث	:	ṡ	ه	:	h
ج	:	j	ي	:	y
ح	:	ḥ			
خ	:	kh			
د	:	d			
ذ	:	ẓ			
ر	:	r			
ز	:	z			
س	:	s			
ش	:	sy			
ص	:	ṣ			
ض	:	ḍ			
ط	:	ṭ			
ظ	:	ẓ			
ع	:	‘			
غ	:	g			
ف	:	f			
ق	:	q			
ك	:	k			
ل	:	l			

## B. Vokal, panjang dan diftong

Vokal pendek		Vokal panjang		Diftong	
اَ	a	آ	Ā	أَيَّ	Ay
إِ	i	يَّ	Ī	أَوَّ	Aw
أُ	u	وَّ	Ū	أَبَا	ba'

Contoh:

Vokal panjang : قَالَ ditulis *qāla*  
 قِيلَ ditulis *qīla*  
 دُونَ ditulis *dūna*  
 Diftong : قَوْلَ ditulis *qawla*  
 خَيْرَ ditulis *khayra*

## C. Ta' Marbūṭah (ة)

Ta' marbūṭah ditransliterasikan dengan huruf "t" jika berada di tengah kalimat. Namun bila ta' marbūṭah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan huruf "h" misalnya الرسالة للمدرسة menjadi *al-risālah li al-mudarrisah* atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *muḍāf* atau *muḍāf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan huruf "t" yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, contoh: في رحمة الله menjadi *fī raḥmatillāh*.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Hipotesis Penelitian .....	10
1.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.7 Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	11
1.8 Definisi Operasional .....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	19
2.1 TEKNOLOGI KECERDASAN ARTIFISIAL.....	19
2.1.1 Pengertian Teknologi Kecerdasan Artifisial.....	19
2.1.2 Ruang Lingkup Teknologi Kecerdasan Artifisial.....	22
2.1.3 Konsep dan Genealogi Teknologi Kecerdasan Artifisial dalam Alquran .....	24
2.1.4 Muslim Pro: Teknologi Gaya Baru Dunia Muslim .....	27
2.1.5 Umma: Teknologi Pendukung Ibadah Muslim Milenial Indonesia .....	37
2.2 AGAMA & RELIGIUSITAS .....	42
2.2.1 Pengertian Agama.....	42



2.2.2	Pengertian Religiusitas dan Islam .....	44
2.2.3	Dimensi-Dimensi Religiusitas.....	45
2.2.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas .....	51
2.2.5	Kematangan dalam Beragama .....	53
2.3	Sistematika Pembahasan.....	55
2.4	Kerangka Konseptual.....	57
 BAB III METODE PENELITIAN .....		58
3.1	Desain Penelitian .....	58
3.2	Variabel Penelitian.....	59
3.3	Populasi dan Sampel.....	59
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	60
3.5	Pengumpulan Data.....	61
3.6	Instrumen Penelitian .....	62
3.6.1	Instrumen Penggunaan Aplikasi Muslim Pro dan Umma .....	63
3.6.2	Instrumen Religiusitas .....	66
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	70
3.7.1	Uji Validitas.....	70
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	71
3.8	Teknik Analisis Data .....	71
3.8.1	Analisis Data Kualitatif .....	72
3.8.2	Analisis Data Kuantitatif .....	73
3.8.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	74
3.8.2.2	Uji Hipotesis .....	76
 BAB IV PAPARAN DAN TEMUAN PENELITIAN .....		80
4.2	Deskripsi Data Kualitatif .....	85
4.2.1	Hasil Wawancara.....	85
4.1	Deskripsi Data Kuantitatif .....	100
4.1.1	Data Responden.....	100
4.1.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	111

4.1.3	Tabulasi Kuesioner Penggunaan Aplikasi Muslim Pro.....	128
4.1.4	Tabulasi Kuesioner Penggunaan Aplikasi Umma.....	151
4.1.5	Tabulasi Kuesioner Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Pengguna Aplikasi Muslim Pro .....	177
4.1.6	Tabulasi Kuesioner Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Pengguna Aplikasi Umma.....	202
4.2	Uji Prasyarat .....	227
4.3	Uji Hipotesis .....	231
4.3.1	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	231
BAB V .....		238
5.1	Motif Penggunaan Teknologi Kecerdasan Artifisial Berbentuk Aplikasi Muslim Pro dan Umma dalam Meningkatkan Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang .....	238
5.2	Model Implementasi Teknologi Kecerdasan Artifisial Berbentuk Aplikasi Muslim Pro dan Umma dalam Meningkatkan Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang .....	251
4.3	Pengaruh Penggunaan Teknologi Kecerdasan Artifisial Berbentuk Aplikasi Muslim Pro dan Umma Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang .....	262
BAB VI PENUTUP.....		273
6.1	Kesimpulan .....	273
6.2	Saran .....	274
DAFTAR LAMPIRAN .....		276
DAFTAR PUSTAKA.....		317

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	13
Tabel 2.1 Fitur-fitur Aplikasi Muslim Pro .....	28
Tabel 3.1 Fitur-fitur Aplikasi Umma .....	38
Tabel 4.1 Perbandingan Dimensi Religiusitas Menurut Glock (1965), Verbit (1970), Olufadi (2017) .....	51
Tabel 5.1 Skor untuk Jawaban Pernyataan Instrumen Penggunaan Aplikasi Muslim Pro dan Umma .....	63
Tabel 6.1 <i>Blue Print</i> Kisi-Kisi Instrumen Penggunaan Aplikasi Muslim Pro dan Umma .....	64
Tabel 7.1 Skor untuk Jawaban Pernyataan Instrumen Religiusitas MUDRAS .....	67
Tabel 8.1 <i>Blue Print</i> Instrumen Religiusitas MUDRAS .....	68
Tabel 9.1 Jadwal Penelitian .....	78
Tabel 10.1 Gambaran Umum Subjek Pengguna Aplikasi Muslim Pro .....	85
Tabel 11.1 Data Responden Pengguna Aplikasi Muslim Pro .....	98
Tabel 12.1 Saya mengetahui aplikasi Muslim Pro .....	121
Tabel 12.2 Saya mengetahui fungsi dan manfaat aplikasi Muslim Pro dengan baik...	122
Tabel 12.3 Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu dengan aplikasi Muslim Pro .....	123
Tabel 12.4 Saya lebih mudah mencari arah kiblat dengan aplikasi Muslim Pro.....	123
Tabel 12.5 Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Muslim Pro .....	124
Tabel 12.6 Aplikasi Muslim Pro tidak terlalu menjadikan saya lebih baik dalam bersikap dan bertingkah laku .....	124
Tabel 12.7 Saya merasa lebih mudah membaca al-Qur'an secara digital melalui aplikasi Muslim Pro daripada harus membawa al-Qur'an versi cetak .....	125
Tabel 12.8 Menurut saya aplikasi Muslim Pro praktis digunakan .....	125
Tabel 12.9 Menurut saya desain aplikasi Muslim Pro sangat menarik .....	126

Tabel 12.10 Saya lebih senang menggunakan aplikasi Muslim Pro karena tampilannya modern .....	126
Tabel 12.11 Saya jarang membuka aplikasi Muslim Pro karena saya tidak terlalu suka dengan tampilannya .....	127
Tabel 12.12 Desain aplikasi Muslim Pro menurut saya masih kuno .....	128
Tabel 12.13 Aplikasi Muslim Pro sangat mudah digunakan oleh siapapun .....	
Tabel 12.14 Saya biasanya menggunakan aplikasi Muslim Pro saat saya berada di tempat yang jauh dari al-Qur'an .....	129
Tabel 12.15 Menurut saya aplikasi Muslim Pro sulit digunakan oleh beberapa kalangan seperti orang tua .....	129
Tabel 12.16 Saya menyukai aplikasi Muslim Pro karena memiliki sejumlah fitur ibadah yang beragam .....	130
Tabel 12.17 Biasanya saya menggunakan fitur <i>prayer times</i> untuk pengingat waktu salat, <i>Qur'an</i> untuk membaca al-Qur'an secara digital, dan <i>qiblah direction</i> untuk menentukan arah kiblat ketika saya berada dalam tempat yang baru .....	130
Tabel 12.18 Dengan menggunakan fitur <i>inspiration</i> untuk mempelajari ajaran agama Islam, saya jadi sering melakukan perbuatan terpuji .....	131
Tabel 12.19 Saya jarang memakai aplikasi Muslim Pro dari pada aplikasi lain karena fiturnya monoton .....	131
Tabel 12.20 Saya memilih menggunakan aplikasi Muslim Pro karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja .....	132
Tabel 12.21 Aplikasi Muslim Pro dapat saya gunakan ketika sedang berada di luar kota .....	132
Tabel 12.22 Menurut saya, aplikasi Muslim Pro hanya bisa digunakan dalam wilayah perkotaan .....	133
Tabel 12.23 Aplikasi Muslim Pro hanya bisa digunakan dalam kondisi terhubung dengan jaringan internet .....	134
Tabel 12.24 Saya senang sekali karena dengan aplikasi Muslim Pro saya bisa beribadah dengan mudah .....	134

Tabel 12.25 Aplikasi Muslim Pro memberikan saya kesan lebih betah dalam beribadah .....	135
Tabel 12.26 Aplikasi Muslim Pro tidak terlalu membuat saya merasa Bahagia .....	135
Tabel 12.27 Aplikasi Muslim Pro seringkali menyusahkan saya karena ada fitur yang tidak bisa digunakan .....	136
Tabel 12.28 Saya seringkali menggunakan aplikasi Muslim Pro ketika saya sedang berpergian .....	136
Tabel 12.29 Aplikasi Muslim Pro terkadang membuat saya lebih cenderung lebih malas berpergian .....	137
Tabel 12.30 Hasil Persentase Nilai Skala <i>Likert</i> dari Kuesioner Penggunaan Aplikasi Muslim Pro .....	137
Tabel 12.31 Distribusi Frekuensi Skor Variabel Penggunaan Aplikasi Muslim Pro ...	141
Tabel 12.32 Hasil Statistika Deskriptif Penggunaan Aplikasi Muslim Pro .....	141
Tabel 12.33 Kualitas Variabel X (Penggunaan Aplikasi Muslim Pro) .....	142
Tabel 13.1 Saya mengetahui aplikasi Umma .....	142
Tabel 13.2 Saya mengetahui fungsi dan manfaat aplikasi Umma dengan baik .....	143
Tabel 13.3 Saya tidak terlalu mengetahui siapa pengembang aplikasi Umma .....	144
Tabel 13.4 Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu dengan aplikasi Umma .....	144
Tabel 13.5 Saya seringkali bangun malam untuk salat Tahajjud selepas mengunduh aplikasi Umma .....	144
Tabel 13.6 Aplikasi Umma tidak terlalu membuat saya lebih rajin salat lima waktu ..	145
Tabel 13.7 Aplikasi Umma menjadikan saya sulit berinteraksi dengan orang lain yang tidak sependapat dalam agama .....	145
Tabel 13.8 Saya lebih mudah mencari arah kiblat dengan aplikasi Umma .....	146
Tabel 13.9 Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Umma .....	146
Tabel 13.10 Aplikasi Umma tidak terlalu menjadikan saya lebih baik dalam bersikap dan bertingkah laku .....	147
Tabel 13.11 Aplikasi Umma tidak membuat saya lebih sering ke masjid .....	147

Tabel 13.12 Saya merasa lebih mudah membaca al-Qur'an secara digital melalui aplikasi Umma daripada harus membawa al-Qur'an versi cetak .....	148 149
Tabel 13.13 Menurut saya aplikasi Umma praktis digunakan .....	149
Tabel 13.14 Menurut saya desain aplikasi Umma sangat menarik .....	
Tabel 13.15 Saya lebih senang menggunakan aplikasi Umma karena tampilannya modern .....	150
Tabel 13.16 Saya jarang membuka aplikasi Umma karena saya tidak terlalu suka dengan tampilannya .....	150 151
Tabel 13.17 Menurut saya desain aplikasi Umma masih kuno .....	151
Tabel 13.18 Aplikasi Umma sangat mudah digunakan oleh siapapun .....	
Tabel 13.19 Saya biasanya menggunakan aplikasi Umma saat saya berada di tempat yang jauh dari Al-Qur'an .....	152
Tabel 13.20 Menurut saya aplikasi Umma sulit digunakan oleh beberapa kalangan seperti orang tua .....	153
Tabel 13.21 Saya menyukai aplikasi Umma karena memiliki sejumlah fitur ibadah yang beragam .....	153
Tabel 13.22 Biasanya menggunakan fitur <i>prayer times</i> untuk pengingat waktu salat, <i>Qur'an</i> untuk membaca al-Qur'an secara digital, dan <i>qiblah direction</i> untuk menentukan arah kiblat ketika saya berada dalam tempat yang baru. ....	154
Tabel 13.23 Dengan menggunakan fitur <i>live streaming</i> dan <i>Q&amp;A</i> untuk belajar seputar agama Islam dengan para ustadz dan narasumber lainnya, saya jadi sering berbuat baik kepada sesama .....	154
Tabel 13.24 Saya jarang memakai aplikasi Umma dari pada aplikasi lain karena fiturnya monoton .....	155
Tabel 13.25 Saya memilih menggunakan aplikasi Umma karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja .....	156
Tabel 13.26 Saya senang sekali karena dengan aplikasi Umma saya bisa beribadah dengan mudah .....	156 157
Tabel 13.27 Aplikasi Umma memberikan saya kesan lebih betah dalam beribadah ...	157

Tabel 13.28 Aplikasi Umma tidak terlalu membuat saya merasa Bahagia .....	
Tabel 13.29 Aplikasi Umma seringkali menyusahkan saya karena ada fitur yang tidak bisa digunakan .....	158
Tabel 13.30 Saya seringkali menggunakan aplikasi Umma ketika saya sedang berpergian .....	158
Tabel 13.31 Saya seringkali menggunakan aplikasi Umma saat saya sedang tidak di rumah .....	159
Tabel 13.32 Saya menggunakan aplikasi Umma tidak hanya untuk ibadah, melainkan juga agar terlihat modern dan kekinian .....	160
Tabel 13.33 Hasil Persentase Nilai Skala <i>Likert</i> dari Kuesioner Penggunaan Aplikasi Umma .....	160
Tabel 13.34 Distribusi Frekuensi Skor Variabel Penggunaan Aplikasi Umma .....	163
Tabel 13.35 Hasil Statistika Deskriptif Penggunaan Aplikasi Umma .....	164
Tabel 13.36 Kualitas Variabel X2 (Penggunaan Aplikasi Umma) .....	164
Tabel 14.1 Selain Al-Qur'an yang dibaca Ketika anda melakukan salat, jika dirata-rata dalam seminggu terakhir, berapa kali anda membaca Al-Qur'an dalam satu hari? .....	165
Tabel 14.2 Berapa kali anda melaksanakan salat setiap harinya? .....	166
Tabel 14.3 Terdapat waktu tertentu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan salat 5 waktu, dan waktu yang paling baik untuk melaksanakan salat adalah pada saat awal waktu salat tersebut. Berapa kali dalam sehari anda melaksanakan salat tepat pada saat awal waktu salat? .....	166
Tabel 14.4 Allah telah memerintahkan kita untuk senantiasa meminta kepada-Nya terkait berbagai macam hal, baik itu yang berhubungan dengan dunia ataupun akhirat, dan Allah pun berjanji akan mengabulkan apa yang kita minta pada-Nya. Kemudian Allah juga menyebutkan bahwasannya, barangsiapa yang lebih mengutamakan kepentingannya dibanding Allah, maka tempatnya adalah di neraka. Berapa kali dalam kehidupan sehari-hari anda menempatkan Allah sebagai yang utama dibandingkan kepentingan anda? .....	167

Tabel 14.5 Terdapat istilah <i>Nawafil</i> atau salat sebelum dan sesudah salat 5 waktu, yang sangat disarankan dan dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Berapa kali anda sudah melaksanakan <i>Nawafil</i> tersebut dalam kegiatan sehari-hari anda? .....	168
Tabel 14.6 Sudah berapa kali anda bersedekah dalam hari-hari anda? Contohnya: memberikan uang sedekah, memberi makanan pada tetangga atau teman sejawat, mengerjakan atau berbagi ilmu yang anda ketahui kepada orang lain dan lain sebagainya. ....	168
Tabel 14.7 Berkata jujur dalam keadaan apapun .....	169
Tabel 14.8 Berbakti kepada orang tua .....	170
Tabel 14.9 Menepati janji .....	170
Tabel 14.10 Mendoakan kedua orang tua .....	171
Tabel 14.11 Ikhlas memohon ampunan-Nya dengan tidak mengulangi kesalahan atau dosa yang sama .....	171
Tabel 14.12 Mengajak orang lain untuk berbuat kebaikan .....	172
Tabel 14.13 Lebih mendekatkan diri kepada-Nya .....	172
Tabel 14.14 Membunuh seseorang tanpa sebab .....	173
Tabel 14.15 Melakukan segala macam tidak kecurangan atau berbuat tidak adil dalam berbagai macam bentuk, seperti mengambil harta milik orang lain yang bukan haknya, mencontek saat ujian, dan lain sebagainya ....	173
Tabel 14.16 Mendekati atau melakukan zina .....	174
Tabel 14.17 Memberikan keterangan palsu .....	175
Tabel 14.18 Mengonsumsi barang haram, seperti minimal beralkohol, baik itu dalam bentuk meminum, menjual, dan lain sebagainya .....	175
Tabel 14.19 Melakukan praktek riba' atau memakan harta riba' (melipat gandakan uang atau bunga bank) .....	176
Tabel 14.20 Mempercayai ramalan .....	176
Tabel 14.21 Memfitnah ataupun mendengar fitnah .....	177
Tabel 14.22 Mengkhianati amanat yang telah dipercayakan .....	177





hari anda menempatkan Allah sebagai yang utama dibandingkan kepentingan anda? .....	189
Tabel 15.5 Terdapat istilah <i>Nawafil</i> atau salat sebelum dan sesudah salat 5 waktu, yang sangat disarankan dan dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Berapa kali anda sudah melaksanakan <i>Nawafil</i> tersebut dalam kegiatan sehari-hari anda? .....	190
Tabel 15.6 Sudah berapa kali anda bersedekah dalam hari-hari anda? Contohnya: memberikan uang sedekah, memberi makanan pada tetangga atau teman sejawat, mengerjakan atau berbagi ilmu yang anda ketahui kepada orang lain dan lain sebagainya. ....	191
Tabel 15.7 Berkata jujur dalam keadaan apapun .....	191
Tabel 15.8 Berbakti kepada orang tua .....	192
Tabel 15.9 Menepati janji .....	193
Tabel 15.10 Mendoakan kedua orang tua .....	193
Tabel 15.11 Ikhlas memohon ampunan-Nya dengan tidak mengulangi kesalahan atau dosa yang sama .....	194
Tabel 15.12 Mengajak orang lain untuk berbuat kebaikan .....	194
Tabel 15.13 Lebih mendekatkan diri kepada-Nya .....	195
Tabel 15.14 Membunuh seseorang tanpa sebab .....	195
Tabel 15.15 Melakukan segala macam tidak kecurangan atau berbuat tidak adil dalam berbagai macam bentuk, seperti mengambil harta milik orang lain yang bukan haknya, mencontek saat ujian, dan lain sebagainya .....	196
Tabel 15.16 Mendekati atau melakukan zina .....	196
Tabel 15.17 Memberikan keterangan palsu.....	197
Tabel 15.18 Mengonsumsi barang haram, seperti minimal beralkohol, baik itu dalam bentuk meminum, menjual, dan lain sebagainya .....	197
Tabel 15.19 Melakukan praktek riba' atau memakan harta riba' (melipat gandakan uang atau bunga bank).....	198
Tabel 15.20 Mempercayai ramalan .....	198
Tabel 15.21 Memfitnah ataupun mendengar fitnah .....	199

Tabel 15.22 Mengkhianati amanat yang telah dipercayakan .....	199
Tabel 15.23 Berlaku mubazir atau berlebihan, baik itu dalam bentuk makanan ataupun uang .....	200
Tabel 15.24 Berprasangka buruk kepada orang lain, seperti curiga .....	200
Tabel 15.25 Berjudi .....	201
Tabel 15.26 Memberikan sumpah palsu atas nama Allah .....	201
Tabel 15.27 Memberikan sumpah kepada orang lain .....	202
Tabel 15.28 Mengganggu atau melanggar privasi atau ketentraman orang lain tanpa izin, seperti memasuki rumah orang lain tanpa izin, dan lain sebagainya .....	202
Tabel 15.29 Hasil Presentase Nilai Skala <i>Likert</i> dari Kuesioner Tingkat Religiusitas Muslim Pengguna Aplikasi Umma .....	203
Tabel 15.30 Distribusi Frekuensi Skor Variabel Penggunaan Aplikasi Muslim Pro ...	208
Tabel 15.31 Hasil Statistika Deskriptif Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Pengguna Aplikasi Muslim Pro .....	208
Tabel 15.32 Kualitas Variabel Y2 (Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Pengguna Aplikasi Umma) .....	209
Tabel 16.1 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov Smirnov Test Penggunaan Aplikasi Muslim Pro Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang .....	209
Tabel 16.2 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov Smirnov Test Penggunaan Aplikasi Umma Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang .....	201
Tabel 17.1 Hasil Uji Homogenitas Test of Homogeneity of Variences Kuesioner Penggunaan Aplikasi Muslim Pro & Umma .....	211
Tabel 17.2 Hasil Uji Homogenitas Test of Homogeneity of Variences Kuesioner Tingkat Religiusitas Muslim Kota Malang .....	211
Tabel 18.1 Hasil Uji Koefisien Korelasi Penggunaan Aplikasi Muslim Pro dan Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang .....	211

Tabel 18.2 Hasil Uji Koefisien Korelasi Penggunaan Aplikasi Umma dan Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang .....	212
Tabel 19.1 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Penggunaan Aplikasi Muslim Pro Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang ANOVA <sup>a</sup> .....	213
Tabel 19.2 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Penggunaan Aplikasi Muslim Pro Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Coefficients .....	214
Tabel 19.3 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Penggunaan Aplikasi Muslim Pro Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Model Summary .....	215
Tabel 20.1 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Penggunaan Aplikasi Umma Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang ANOVA <sup>a</sup> .....	216
Tabel 20.2 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Penggunaan Aplikasi Umma Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Coefficients <sup>a</sup> .....	216
Tabel 20.3 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Penggunaan Aplikasi Umma Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Model Summary .....	218
Tabel 21.1 Persamaan Tingkat Korelasi Antara Peran Aplikasi Muslim Pro dan Pengalaman Religiusitas Para Pengguna Pada Aspek <i>Ideological Dimension, Ritual Dimension, dan Experiential Dimension</i> .....	245
Tabel 21.2 Persamaan Tingkat Korelasi Antara Peran Aplikasi Muslim Pro dan Pengalaman Religiusitas Para Pengguna Pada Aspek <i>Ideological Dimension, Ritual Dimension, dan Experiential Dimension</i> .....	245
Gambar 1.1 Elemen-elemen Teori <i>Uses and Gratification</i> .....	231
Gambar 1.2 Model Implementasi Penggunaan Aplikasi untuk Meningkatkan Dimensi Teologi ( <i>The Theological Dimension Improvement</i> ).....	232

Gambar 1.3 Model Implementasi Penggunaan Aplikasi untuk Meningkatkan Dimensi Pengalaman ( <i>The Experiential Dimension Improvement</i> ).....	234
Gambar 1.4 Model Implementasi Penggunaan Aplikasi untuk Meningkatkan Dimensi Pengetahuan ( <i>The Dimension of Knowledge Improvement</i> ).....	235
Gambar 1.5 Model Implementasi Penggunaan Aplikasi untuk Meningkatkan Dimensi Keterlibatan dalam Komunitas Keagamaan ( <i>The Dimension of Knowledge Improvement</i> ).....	237

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Izin Penelitian .....	251
2. Kegiatan Wawancara .....	253
3. Surat Permohonan Pengisian Kuesioner .....	257
4. Kuesioner Penelitian .....	259
5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian dengan Program SPSS 25.0 .....	266
6. Hasil Uji Normalitas dengan Program SPSS 25.0 .....	282
7. Hasil Uji Homogenitas dengan Program SPSS 25.0 .....	283
8. Hasil Uji Koefisien Korelasi dengan Program SPSS 25.0 .....	283
9. Hasil Uji Hipotesis Analisis Regresi Linier Sederhana dengan Program SPSS 25.0 .....	284

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan dan revolusi teknologi sudah melewati berbagai periode dalam sejarah industrialisasi dunia. Pada periode pertama tahun 1790-an, teknologi berada dalam pengaruh revolusi industri yang ditandai dengan mekanisasi alat produksi, tenaga uap, dan daya air. Lalu, pada periode kedua tahun 1890-an, teknologi memasuki era revolusi industri kedua yang diidentifikasi dengan adanya usaha produksi massal, perakitan dan tenaga listrik. Disusul periode revolusi ketiga sekitar tahun 1960-an, teknologi bergeser menuju pengembangan elektronik, sistem teknologi informasi dan otomatisasi. Hingga pada periode revolusi industri keempat tahun 2011-sekarang, teknologi berkembang dengan terobosan-terobosan baru di sejumlah bidang, salah satunya adalah teknologi *artificial intelligence*<sup>1</sup> atau yang kerap disebut kecerdasan artifisial/buatan.<sup>2</sup>

Kecerdasan artifisial sendiri adalah sebuah mesin cerdas yang dirancang menggunakan sistem dan algoritma tertentu yang dapat melakukan pekerjaan layaknya manusia, bahkan bisa lebih baik dari apa yang manusia lakukan. Menurut John McCarthy, teknologi kecerdasan artifisial ini bekerja dengan menggambarkan model-model proses berpikir manusia dan merancang mesin agar dapat mereplikasi perilaku dan tindakan manusia. Istilah cerdas berarti memiliki pengetahuan dan dilengkapi dengan serangkaian pengalaman, penalaran (bagaimana membuat keputusan dan mengambil tindakan yang cepat dan tepat), dan moral yang baik.<sup>3</sup>

Mayoritas manusia saat ini cenderung beralih pada pemanfaatan teknologi kecerdasan artifisial karena dianggap mampu mempermudah dan membuat segalanya menjadi lebih cepat, instan, dan praktis. Kecerdasan artifisial di era revolusi industri 4.0 ini kemudian juga dianggap sebuah terobosan (*breakthrough*) revolusioner yang

---

<sup>1</sup> Istilah *artificial intelligence* diambil dari Bahasa Inggris. Namun, dalam penelitian ini dan selanjutnya penulis akan menggunakan istilah kecerdasan artifisial yang telah diserap dalam Bahasa Indonesia supaya mudah dalam memahami objek penelitiannya.

<sup>2</sup> Astrid Savitri, *Revolusi Industri 4.0: Mengubah Tantangan Menjadi Peluang Di Era Disrupsi 4.0* (Yogyakarta: Genesis, 2019), 5

<sup>3</sup> Wolfgang Ertel, *Introductions to Artificial Intelligence* (London: Springer International Publishing, 2017), 1

mempunyai peran dan kontribusi sangat penting hampir dalam segala bidang kehidupan, seperti manufaktur<sup>4</sup>, pendidikan<sup>5</sup>, ekonomi<sup>6</sup>, pemerintahan<sup>7</sup>, dan transportasi<sup>8</sup>.

Tidak berhenti di bidang tersebut, teknologi kecerdasan artifisial di era revolusi 4.0 ini nampaknya juga telah berkembang pesat dalam menghadirkan cara baru untuk meningkatkan atensi dan religiusitas masyarakat di sektor keagamaan. Segala bentuk kemudahan dalam beragama dan beribadah kini juga dapat diperoleh dari pemanfaatan teknologi kecerdasan artifisial.<sup>9</sup> Aktivitas spiritual dan dakwah kini tidak lagi hanya dapat

---

<sup>4</sup> Dalam bidang manufaktur, teknologi kecerdasan artifisial akan menggeser mekanisme proses manufaktur menjadi akan dapat diselesaikan dalam kerja mesin pintar yang relatif cepat. Dengan teknologi ini akan tercipta kontrol kualitas otomatis, pemeliharaan prediktif, kalibrasi, dan pengendalian produk. Lihat Reza Yogaswara, "Artificial Intelligence Sebagai Penggerak Industri 4.0 Dan Tantangannya Bagi Sektor Pemerintah Dan Swasta," *Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Komunikasi* 10, no. 1 (September 25, 2019), 68

<sup>5</sup> Dalam bidang pendidikan, teknologi kecerdasan artifisial mampu membantu menyelesaikan problematika pendidikan dalam hal proses transformasi ilmu pengetahuan yang mungkin terhalang oleh ruang dan waktu, seperti dalam situasi darurat, ketidakmampuan untuk bertatap muka secara langsung, banyaknya kesibukan, dan lain sebagainya. Dengan hadirnya piranti lunak berbasis teknologi kecerdasan artifisial, seperti Ruang Guru, Zenius, dan lain sebagainya, aktivitas belajar-mengajar menjadi lebih mudah dan dapat dilakukan secara fleksibel dan tidak dependen oleh ruang dan waktu. Lihat Asaberita, "Implementasi Artificial Intelligence Di Bidang Pendidikan," last modified 2020, <http://asaberita.com/implementasi-artificial-intelligence-di-bidang-pendidikan/>.

<sup>6</sup> Dalam bidang ekonomi, teknologi kecerdasan artifisial sengaja diciptakan untuk mempermudah jalannya aktivitas ekonomi dan perdagangan, baik dalam skala mikro ataupun skala makro, seperti proses jual-beli berbasis *e-Commerce* yang mampu menghadirkan kecanggihan transaksi hanya dengan sekali klik di layar telepon pintar (*smartphone*) dalam waktu yang singkat dan tidak perlu datang ke tempat, seperti *Lazada*, *Tokopedia*, *Bukalapak*, *Shopee*, dan masih banyak lagi. Hal ini sesuai dengan apa yang dilansir oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia bahwa tercatat ada kenaikan jumlah transaksi di *marketplace e-Commerce* sebesar 78% pada periode Januari hingga Juni 2020 dibanding tahun-tahun sebelumnya. Selain itu, terdapat 2,7 juta UMKM yang telah difasilitasi menjadi bagian dari komunitas dagang daring melalui platform-platform digital tersebut. Lihat Kementerian Bidang Perekonomian, "Kecerdasan Artifisial Bantu Ungkit Perekonomian Nasional Di Masa Depan," last modified 2020, accessed March 30, 2021, <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/629/kecerdasan-artifisial-bantu-ungkit-perekonomian-nasional-di-masa-depan>.

<sup>7</sup> Dalam bidang politik dan administrasi negara, teknologi kecerdasan artifisial ini juga turut memberikan kemudahan, kecepatan, dan keakuratan dalam mewujudkan manajemen pemerintahan yang cerdas (*smart government*), seperti M-Pajak<sup>7</sup>, Layanan Paspor Online<sup>7</sup>, PolisiKu Internal<sup>7</sup>, dan lain-lain. Lihat Saluky, "Tinjauan Artificial Intelligence Untuk Smart Government," *ITEJ: Information Technology Engineering Journals* 3 (2018).

<sup>8</sup> Dalam bidang transportasi dan gaya hidup, kehadiran teknologi kecerdasan artifisial yang terkoneksi dengan berbagai mitra dan UMKM mampu menghadirkan kemudahan bagi mobilitas masyarakat dan tentunya mampu mewujudkan tatanan kota yang kondusif dan terindependen dari kemacetan akibat banyaknya kendaraan pribadi yang melintas.<sup>8</sup> Sebut saja misalnya dua raksasa *riding technology*; Grab<sup>8</sup> dan Go-Jek. Lihat Infokomputer, "Begini Cara Gojek Memanfaatkan Teknologi Artificial Intelligence," last modified 2019, accessed March 15, 2021, <https://infokomputer.grid.id/read/121840841/begini-cara-gojek-memanfaatkan-teknologi-artificial-intelligence?page=all>.

<sup>9</sup> CNBC, "Begini Cara AI Dan Teknologi Membantu Manusia Beribadah," last modified 2018, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20180512162724-37-14671/begini-cara-ai-dan-teknologi-membantu-manusia-beribadah>.



dilakukan dengan cara-cara konvensional saja, melainkan juga dengan cara yang modern.<sup>10</sup> Seseorang tidak perlu lagi membawa al-Qur'an dalam bentuk cetak, berukuran besar, dan relatif berat, melainkan kini seseorang hanya perlu membawa telepon pintarnya dan mengunduh aplikasi *Qur'an online* dan sejenisnya, dengan teknologi kecerdasan artifisial, seseorang juga bisa berinteraksi dengan al-Qur'an layaknya manusia dengan memanfaatkan algoritma sistem pengenalan teks atau suara, seperti pada aplikasi *Qur'an.chatme*<sup>11</sup> berbasis *chatbot*, dan lain sebagainya.

Selain al-Qur'an yang mudah diakses, berbagai kecanggihan teknologi kecerdasan artifisial yang berbentuk aplikasi juga menawarkan beberapa fitur menarik yang dapat dijalankan oleh pengguna, seperti fitur pengingat waktu shalat yang dapat digunakan untuk meningkatkan intensitas shalat secara tepat waktu ketika seorang pengguna dalam keadaan sibuk, fitur penunjuk arah kiblat yang dapat memberikan kemudahan pengguna dalam mencari titik arah kiblat ketika akan menunaikan shalat dalam kondisi sedang dalam perjalanan, dan fitur *e-learning* diskusi tentang persoalan agama yang mampu merubah gaya hidup seorang pengguna Muslim.

Di antara aplikasi yang mampu menawarkan fitur-fitur tersebut adalah aplikasi Muslim Pro<sup>12</sup> dan Umma<sup>13</sup> yang dirancang menggunakan sistem teknologi kecerdasan artifisial dengan algoritma-algoritma tertentu. Dibanding aplikasi-aplikasi yang lain, Muslim Pro dan Umma hingga saat ini menjadi *platform* terdepan dan paling komprehensif dalam membantu dan mendukung aktivitas ibadah Muslim milenial, baik dalam skala lokal ataupun global. Setidaknya keunggulan Muslim Pro, aplikasi besutan Bitsmedia, perusahaan asal Singapura ini dapat digambarkan dalam beberapa hal; *pertama*, aplikasi Muslim Pro berhasil menarik ratusan juta pengguna di seluruh dunia, baik dari dalam negeri maupun luar negeri, seperti Singapura, Perancis, Inggris, Amerika Serikat, Jerman, dan Indonesia, setidaknya per tanggal 10 September 2021, Muslim Pro sudah diunduh oleh 108.128.070 juta pengguna<sup>14</sup>, *kedua*, aplikasi Muslim Pro mampu menawarkan fitur ibadah

---

<sup>10</sup> Republika, "Kaitan Artificial Intelligence Dan Dakwah Islam," last modified 2021, <https://www.republika.co.id/berita/qphh3o430/kaitan-artificial-intelligence-dan-dakwah-islam>.

<sup>11</sup> Aplikasi ini dapat diunduh secara langsung di <https://quranchat.me/#home>.

<sup>12</sup> Aplikasi ini dapat diunduh secara langsung di <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bitsmedia.android.muslimpro>

<sup>13</sup> Aplikasi ini dapat diunduh secara langsung di <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.muslim.android>

<sup>14</sup> Muslim Pro, "Terpopuler Aplikasi Muslim!," last modified 2021, accessed September 10, 2021, <https://www.muslimpro.com/id/>.

yang begitu komprehensif dibanding aplikasi-aplikasi yang lain, seperti Yaumi, Daily Ibadah, Muslim Pocket, dan lain-lain, *ketiga*, Aplikasi Muslim Pro dirancang dengan desain tampilan pengguna (*user interface*) yang menarik dan *user friendly*, *keempat*, aplikasi Muslim Pro dapat dengan mudah dioperasikan atau digunakan oleh pengguna. Sedangkan Umma, aplikasi Islami buatan anak bangsa Indonesia terbaik no. 1 juga sangat diminati dan digandrungi oleh berbagai kalangan Muslim di Indonesia karena beberapa alasan; *pertama*, sebagai aplikasi pendukung ibadah, seperti shalat, mengaji, bersedekah, zakat, hingga aktivitas yang sifatnya pengembangan perilaku keagamaan personal, seperti pengajian *online*, diskusi dengan komunitas *online* tentang persoalan keagamaan, dan lain-lain, *kedua*, Aplikasi Umma telah diunduh oleh 2,7 juta penduduk Indonesia dengan pertumbuhan pengguna yang cukup tinggi sekitar 50% per kuartal dari periode Ramadhan tahun 2018 dan pada tahun 2021 Umma telah diunduh oleh lebih dari 10.000.000 pengguna<sup>15</sup>, *ketiga*, aplikasi Umma dirancang dengan desain tampilan pengguna (*user interface*) yang menarik dan elegan, *keempat*, aplikasi Umma memiliki tingkat popularitas yang tinggi di kalangan masyarakat Indonesia.

Teknologi kecerdasan artifisial yang berbentuk aplikasi ibadah Muslim Pro dan Umma ini pada umumnya telah digunakan oleh banyak masyarakat di dunia, akan tetapi jika dilihat dari kemunculannya, teknologi ini secara lebih spesifik lebih banyak digunakan oleh generasi Muslim milenial yang hidup di era kemajuan teknologi revolusi industri 4.0. Generasi milenial ini adalah generasi yang diidentifikasi sebagai kelompok masyarakat yang menurut Neil Howe dan William Strauss hidup di era generasi Y (1982-2004) hingga generasi Z (2005-sekarang) dengan karakteristik-karakteristik partikular tertentu.<sup>16</sup> Menurut Yoris Sebastian karakteristik partikular yang dimiliki oleh generasi milenial

---

<sup>15</sup> Indotelko, "Aplikasi Umma Miliki 2,5 Juta Pengguna," last modified 2019, accessed March 11, 2021, <https://www.indotelko.com/read/1556243078/aplikasi-umma>. Lihat juga Google Play, "Umma - #1 Komunitas Muslim & Gaya Hidup," last modified 2020, accessed December 23, 2021, <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.muslim.android&hl=in&gl=US>.

<sup>16</sup> Subhan Setowara, *Muslim Milenial: Catatan & Kisah Wow Muslim Zaman Now*, dalam Lina Muflihah, "Dakwah Muslim Milenial: Studi Kasus Dalam Akun Instagram @surabayahijrah" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020), 45

tersebut, antara lain; *collective*<sup>17</sup>, *customization*<sup>18</sup>, *community*<sup>19</sup>, *close to family*<sup>20</sup>, *change over generation*<sup>21</sup>, *changing inspiration*<sup>22</sup>, *connected*<sup>23</sup>, *confident*<sup>24</sup>.<sup>25</sup> Dengan demikian, Muslim milenial dapat didefinisikan sebagai kelompok masyarakat pemeluk agama yang lahir di antara tahun 1980-2004 dan memiliki sejumlah karakteristik partikular yang telah disebutkan.

Fenomena-fenomena di atas menarik untuk dikaji lebih mendalam. Terlebih lagi ketika keberadaan dua aplikasi ini yang secara masif telah digunakan dan diklaim banyak Muslim di dunia sebagai media alternatif yang mampu menjadikan diri seseorang menjadi lebih baik, lebih mudah mengingat Allah, lebih rajin dalam beribadah, lebih mudah dalam menggali berbagai pengetahuan seputar agama, dan lainnya. Secara umum, dua aplikasi ini digadang-gadang mampu menumbuhkan dan bahkan meningkatkan perfoma religiusitas Muslim milenial di berbagai bidang dan dimensi. Jika dilihat dari fitur-fitur yang ditawarkan, dua aplikasi ini memang secara spesifik menasar pada dimensi-dimensi religiusitas yang kerap kali digunakan sebagai acuan dalam menilai seberapa tinggi tingkat kesalehan dan religiusitas seseorang. Mengutip pandangan Glock & Stark, dimensi-dimensi religiusitas yang dimaksud antara lain; dimensi praktek agama, dimensi

---

<sup>17</sup> *Collective* adalah karakteristik yang mengindikasikan bahwa generasi milenial memiliki kecenderungan rasa solidaritas dan persatuan yang tinggi terhadap ikatan kelompoknya.

<sup>18</sup> *Customization* adalah karakteristik yang mengindikasikan bahwa generasi milenial merasa dirinya mampu untuk menciptakan sebuah popularitas dan tren tertentu dengan identitas keberagaman dan budaya yang dimiliki.

<sup>19</sup> *Community* adalah karakteristik yang mengindikasikan bahwa generasi milenial lebih senang untuk terlibat dalam sebuah himpunan kelompok atau komunitas tertentu yang memiliki visi untuk mewujudkan pembangunan dan peradaban bangsa dalam bidang-bidang tertentu.

<sup>20</sup> *Close to family* adalah karakteristik yang menggambarkan bahwa generasi milenial cenderung menganggap bahwa keluarga adalah prioritas pertama dan utama. Meski memiliki agenda dan kesibukan yang padat, mereka tetap meyakini bahwa kepatuhan dan ketaatan kepada orang tua adalah hal yang pokok.

<sup>21</sup> *Change over generation* adalah karakteristik yang menggambarkan bahwa generasi milenial memiliki tingkat intelektualitas dan kritisisme yang tinggi terhadap problematika kehidupan. Mereka cenderung berani dalam mengungkapkan pendapat dan aspirasinya melalui media-media yang ada, terutama media digital.

<sup>22</sup> *Changing inspiration* adalah karakteristik yang menggambarkan bahwa generasi milenial memperoleh informasi dan inspirasi dari media-media yang beragama. Sehingga mereka kerap disebut dengan role model yang menginspirasi banyak orang dalam berbagai bidang, seperti pengusaha, youtuber, blogger, dokter, politikus, hingga tokoh agama.

<sup>23</sup> *Connected* adalah karakteristik yang sangat menonjol bagi generasi milenial, di mana para milenialis selalu terhubung dengan jaringan internet untuk mengakses segala bentuk informasi dan untuk membangun komunikasi tanpa mengenal batas ruang dan waktu.

<sup>24</sup> *Confident* adalah karakteristik yang menggambarkan bahwa generasi milenial mempunyai rasa kepercayaan diri yang amat kuat, terutama dalam hal menerobos aturan-aturan (*breaking the norms*) yang dianggap mengekang dan mempersempit gerak langkah mereka.

<sup>25</sup> Yoris Sebastian, *Generasi Langgas*, dalam Lina Muflihah, "Dakwah Muslim Milenial: Studi Kasus Dalam Akun Instagram @surabayahijrah" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020), 47-50

keyakinan, dimensi pengetahuan agama, dimensi pengalaman agama, hingga dimensi konsekuensial.<sup>26</sup>

Dalam aplikasi Muslim Pro dan Umma terdapat fitur teknologi; *prayer times* (pengingat waktu shalat) yang tujuan utamanya adalah untuk mengingatkan (*reminding*) pengguna aplikasi agar berhenti dari aktivitas dan kesibukannya sejenak untuk melaksanakan shalat dengan tepat waktu.<sup>27</sup> Fitur ini didukung dengan adanya lantunan berbagai suara azan yang khas dari sejumlah negara, seperti Timur Tengah dengan khas azan *Masjid al-Haram*, *Masjid an-Nabawi*, Mesir dengan khas azan *Egypt*, dan lain-lain yang menjadikannya lebih intuitif dan emosional dan mampu menghadirkan sisi jiwa keagamaan yang mendalam. Lalu kemudian ada fitur *Qur'an online* (Al-Qur'an digital) sebagai al-Qur'an dalam bentuk digital yang mudah dan portabel untuk dibaca di mana saja dan kapan saja serta berfungsi secara esensial sebagai petunjuk hidup (*way of life*) seseorang. Ketika seseorang sering membaca al-Qur'an dengan penghayatan mendalam, maka secara tidak langsung ia telah berupaya untuk menambah dan meningkatkan aspek religiusitasnya, terutama dalam aspek pengalaman agama (*experiential dimension*). Semakin tinggi intensitas seseorang membaca al-Qur'an, maka semakin tinggi pula intensitasnya dalam merasakan dan memperoleh pengalaman spiritual dengan penciptanya.<sup>28</sup>

Ilustrasi di atas menjadi salah satu hipotesa sementara bahwa ada korelasi dan pengaruh yang cukup kuat antara penggunaan teknologi kecerdasan artifisial yang berbentuk aplikasi dengan tingkat religiusitas seseorang ketika sedang menghayati dan melaksanakan perintah-perintah agamanya. Dua variabel ini saling berkaitan, saling tarik menarik antara satu dengan yang lain. Fitur *prayer times* menarik para pelaku agama untuk meningkatkan religiusitasnya dalam hal keyakinan (*ideological dimension*) dan praktek agama (*ritualistic dimension*). Fitur al-Qur'an digital menarik para pelaku agama untuk meningkatkan religiusitasnya dalam hal pengalaman agama (*experiential dimension*). Fitur

---

<sup>26</sup> C.Y. Glock & R. Stark, *American Piety: The Nature of Religious Commitment* dalam Ahmad Saifuddin, *Psikologi Agama: Implementasi Psikologi Untuk Memahami Perilaku Agama* (Jakarta: Kencana, 2019), 57

<sup>27</sup> Google Play, "Muslim Pro – Prayer Times, Adzan, Qur'an, & Qibla," last modified 2020, accessed October 2, 2020, [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bitsmedia.android.muslimpro&hl=en\\_US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bitsmedia.android.muslimpro&hl=en_US). Lihat juga Play, "Umma - #1 Komunitas Muslim & Gaya Hidup."

<sup>28</sup> Macpoin, "Review Muslim Pro, Aplikasi Terbaik Di Bulan Ramadan," last modified 2016, <https://macpoin.com/11948/review-muslim-pro-aplikasi-terbaik-di-bulan-ramadan/>.

*community* dan *content sharing* dapat menarik para pelaku agama untuk meningkatkan religiusitasnya dalam hal pengetahuan agama (*knowledge*).

Penelitian tentang penggunaan dan pengaruh teknologi kecerdasan artifisial berbentuk aplikasi, dalam hal ini Muslim Pro dan Umma terhadap religiusitas ini secara umum masih belum banyak dilakukan oleh sejumlah peneliti, baik dalam skala regional maupun internasional. Dalam pelacakan penelitian terdahulu, peneliti hanya menemukan beberapa penelitian yang membahas tentang aplikasi Muslim Pro, di antaranya; penelitian berjudul *A Study of The Malaysian Youth Perception Toward 'Muslim Pro' Apps Through Smart Phone in Malaysia Using Technology Acceptance Model (TAM)* yang ditulis oleh Hafizah Rosli dan Ruslan Abd Rahim, Universiti Teknologi Mara, Malaysia tahun 2016<sup>29</sup>, kemudian penelitian berjudul *Sri Lankan Youth Perception (User) Toward 'Muslim Pro' Apps Through Smart Phone* yang ditulis oleh Fathima Shameera Abdul Wahid, Fathima Shafrana Abdul Wahid, Mohammed Akram Noorul Hadha, dan Segu Thambi Mohamed Sajath, International Symposium, South Eastern University of Sri Lanka tahun 2018<sup>30</sup>. Penelitian-penelitian tersebut hanya berfokus pada persepsi penggunaan aplikasi Muslim Pro saja dan tidak ada variabel tentang religiusitas. Hal ini menjadikan penelitian yang akan dilakukan benar-benar akan memiliki nilai kebaruan karena penelitian ini tidak hanya mendiskusikan tentang penggunaan aplikasi, akan tetapi juga korelasinya dengan religiusitas individu.

Inilah yang menjadi ketertarikan peneliti. Dengan adanya keterkaitan antara dua variabel tersebut mendorong peneliti untuk mengkaji lebih mendalam tentang pengaruh yang ditimbulkan dari adanya teknologi kecerdasan artifisial yang berbentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma untuk mendukung kegiatan ibadah, baik yang sifatnya vertikal ataupun horizontal bagi masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat Muslim milenial Kota Malang yang tersebar ke beberapa komunitas keagamaan di Kota Malang. Kota Malang menjadi preferensi daerah populasi penelitian karena beberapa alasan; *pertama*, Kota Malang termasuk kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Surabaya, *kedua*, penduduk Kota Malang rata-rata dipenuhi oleh kelompok generasi milenial yang melek

---

<sup>29</sup> Hafizah Rosli and Ruslan Abd Rahim, "A Study of the Malaysian Youth Perception toward 'Muslim Pro' Apps through Smart Phone in Malaysia Using Technology Acceptance Model (TAM) / Hafizah Rosli and Ruslan Abd Rahim" (2016).

<sup>30</sup> Ibid.

teknologi, *ketiga*, Kota Malang termasuk kota dengan penduduk yang berperadaban karena terdapat sejumlah lembaga pendidikan, mulai dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi, *keempat*, Kota Malang juga terkenal dengan banyaknya masyarakat urban yang membentuk komunitas-komunitas tertentu, terutama komunitas keagamaan, seperti komunitas Hijrah United, Yuk Ngaji Malang, Pejuang Shubuh, Bikers Hijrah dan lain sebagainya.

Oleh karena itu, dengan menggunakan paradigma penelitian kombinasi (*mixed methods*) yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini paling tidak akan mengungkap beberapa hal, antara lain: 1) Apa motif-motif yang melatarbelakangi penggunaan teknologi kecerdasan artifisial dalam menunjang aktivitas ibadah, 2) Bagaimana model implementasi teknologi kecerdasan artifisial dalam meningkatkan religiusitas Muslim milenial di Kota Malang dan 3) Bagaimana pengaruh teknologi kecerdasan artifisial terhadap religiusitas Muslim milenial di Kota Malang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dikemukakan, rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa motif-motif yang melatarbelakangi penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma bagi Muslim milenial Kota Malang?
2. Bagaimana model implementasi aplikasi Muslim Pro dan Umma bagi Muslim milenial Kota Malang?
3. Bagaimana pengaruh aplikasi Muslim Pro dan Umma terhadap religiusitas Muslim milenial Kota Malang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengelaborasi motif-motif yang melatarbelakangi penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma bagi Muslim milenial Kota Malang.
2. Menjelaskan model implementasi penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma oleh Muslim milenial Kota Malang.

3. Mendeskripsikan sejauh mana pengaruh aplikasi Muslim Pro dan Umma terhadap religiusitas Muslim milenial di Kota Malang yang dibuktikan dengan paparan statistik.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

##### **A. Manfaat Teoritis**

1. Menambah wawasan tentang konsep teknologi kecerdasan artifisial.
2. Menambah wawasan tentang sejauh mana penerapan teknologi kecerdasan artifisial dalam bentuk aplikasi untuk mendukung aktivitas ibadah.
3. Menambah wawasan tentang apa saja motif-motif yang melatarbelakangi penggunaan Muslim Pro dalam mendukung aktivitas spiritual Muslim milenial.
4. Menambah wawasan tentang bagaimana sesungguhnya model-model implementasi aplikasi Muslim Pro dan Umma bagi Muslim milenial Kota Malang.
5. Menambah wawasan tentang pengaruh aplikasi Muslim Pro dan Umma yang berbasis teknologi kecerdasan artifisial terhadap religiusitas Muslim milenial di Kota Malang.

##### **B. Manfaat Praktis**

1. Bagi peneliti: peneliti mampu memaparkan konsep teknologi kecerdasan artifisial yang sejalan dengan spirit al-Qur'an, bagaimana sesungguhnya model-model penggunaan Muslim milenial Kota Malang atas aplikasi Muslim Pro dan Umma, apa saja motif-motif yang melatarbelakangi penggunaan Muslim Pro dan Umma, dan menjelaskan pengaruh aplikasi Muslim Pro dan Umma yang berbasis teknologi kecerdasan artifisial terhadap religiusitas masyarakat Kota Malang.
2. Bagi almamater: penelitian ini dapat menambah referensi yang dapat digunakan oleh semua pihak yang membutuhkan. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran terutama dalam ilmu antropologi agama, Islam dan teknologi, serta dialektika sains dan agama.
3. Bagi pembaca: penelitian ini menjadikan pembaca mampu mengenal lebih jauh tentang konsep teknologi kecerdasan artifisial, motif-motif yang melatarbelakangi,

model-model penggunaan Muslim milenial Kota Malang dengan aplikasi Muslim Pro dan Umma serta pengaruhnya terhadap religiusitas masyarakat.

### 1.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah ketiga dari penelitian ini. Hipotesis sendiri adalah jawaban sementara dari rumusan masalah yang belum benar secara penuh dan kebenaran itu harus dibuktikan dengan penelitian.<sup>31</sup> Hipotesis secara umum ada dua, yaitu:

- a. Hipotesis kerja ( $H_a$ ) menyatakan adanya pengaruh variabel X terhadap Y.
- b. Hipotesis nol ( $H_0$ ) menyatakan tidak adanya pengaruh variabel X terhadap Y.

Adapun hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesis kerja atau Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ):

Hipotesis kerja dalam penelitian ini menyatakan adanya pengaruh antara variabel X (penggunaan teknologi kecerdasan artifisial berbentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma) terhadap variabel Y (religiusitas komunitas Muslim Kota Malang).

2. Hipotesis Nol atau Hipotesis Nihil ( $H_0$ )

Hipotesis nol dalam penelitian ini menyatakan tidak adanya pengaruh antara variabel X (penggunaan teknologi kecerdasan artifisial berbentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma) terhadap variabel Y (religiusitas komunitas Muslim Kota Malang).

### 1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Pada dasarnya teknologi mengalami revolusi yang melahirkan berbagai macam karakteristik teknologi, seperti teknologi informasi, teknologi *Internet of Things* (IoT), dan sebagainya. Namun, dalam penelitian ini yang menjadi fokus adalah teknologi kecerdasan artifisial yang terepresentasikan dalam bentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma.

Adapun variabel independen dari penelitian ini adalah pengaruh teknologi kecerdasan artifisial (Muslim Pro dan Umma), sedangkan variabel dependennya adalah religiusitas Muslim milenial Kota Malang. Penelitian ini akan menggunakan paradigma penelitian kuantitatif dan kualitatif dengan mengacu pada karakteristik terkait.

---

<sup>31</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), h. 67



Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Muslim milenial Kota Malang. Namun, dalam pelaksanaannya peneliti akan mengambil beberapa sampel dari populasi tersebut. Sampel yang akan diteliti adalah masyarakat Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi yang tersebar ke beberapa komunitas, antara lain: Hijrah United dan Yuk Ngaji Malang.

### **1.7 Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian**

Berdasarkan upaya penelusuran dan pelacakan yang telah dilakukan, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian yang akan dilakukan. Meski demikian, penelitian ini tergolong memiliki perbedaan yang signifikan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Di antara penelitian yang berhasil diidentifikasi adalah:

1. Jurnal internasional berjudul *A Study of The Malaysian Youth Perception Toward 'Muslim Pro' Apps Through Smart Phone in Malaysia Using Technology Acceptance Model (TAM)* yang ditulis oleh Hafizah Rosli dan Ruslan Abd Rahim, Universiti Teknologi Mara, Malaysia tahun 2016. Secara garis besar, jurnal yang menggunakan paradigma metode kuantitatif ini menghasilkan beberapa temuan data, antara lain: 1) Aplikasi keagamaan Muslim Pro memberikan dampak positif terhadap mayoritas masyarakat kaum muda di Malaysia, 2) Pengguna yang memasang aplikasi Muslim Pro rata-rata banyak dipengaruhi oleh teman daripada keluarga, 3) Aplikasi Muslim Pro sangat bermanfaat bagi mayoritas kaum muda di Malaysia sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas religiusitas mereka.<sup>32</sup>
2. Jurnal internasional berjudul *Sri Lankan Youth Perception (User) Toward 'Muslim Pro' Apps Through Smart Phone* yang ditulis oleh Fathima Shameera Abdul Wahid, Fathima Shafrana Abdul Wahid, Mohammed Akram Noorul Hadha, dan Segu Thambi Mohamed Sajath, International Symposium, South Eastern University of Sri Lanka tahun 2018. Secara garis besar, jurnal yang menggunakan paradigma metode kuantitatif ini menghasilkan temuan

---

<sup>32</sup> Rosli and Abd Rahim, "A Study of the Malaysian Youth Perception toward 'Muslim Pro' Apps through Smart Phone in Malaysia Using Technology Acceptance Model (TAM) / Hafizah Rosli and Ruslan Abd Rahim."

data bahwa Persepsi dari pengguna aplikasi Muslim Pro telah dieksplorasi berdasarkan empat kategori; sikap, visibilitas, pengaruh sosial dan biaya.<sup>33</sup>

3. Skripsi berjudul *Pengaruh Kepemilikan Aplikasi Al-Qur'an Digital Terhadap Intensitas Membaca Al-Qur'an di Kalangan Mahasiswa PAI Angkatan 2014 di UIN Sunan Ampel Surabaya* yang ditulis oleh Muhammad Afif Hasibi, mahasiswa Jurusan Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2018. Secara garis besar, skripsi yang menggunakan paradigma pendekatan kuantitatif ini menghasilkan dua temuan data, antara lain: 1) kepemilikan al-Qur'an digital di kalangan mahasiswa PAI angkatan 2014 tergolong "baik" karena berada di antara 65%-100% standardeviasi 2,18544 dan rata-rata 16,2292, 2) intensitas membaca al-Qur'an di kalangan mahasiswa PAI Angkatan 2014 tergolong "cukup baik" karena berada di antara 35%-65% standart deviasi 3,55404 dan rata-rata 24,0833, 3) pengaruh kepemilikan al-Qur'an digital terhadap intensitas membaca al-Qur'an sebesar 31% variabel intensitas membaca al-Qur'an dipengaruhi oleh kepemilikan al-Qur'an digital, sisanya sebesar 69% oleh variabel yang lain.<sup>34</sup>
4. Tesis berjudul *Implikasi Teknologi Informasi Pada Perilaku Sosial dan Keagamaan Siswa Kelas XI: Studi Kasus Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Mojokerto* yang ditulis oleh Nur Jannah, mahasiswi Program Studi Pendidikan Agama Islam, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2017. Secara garis besar, tesis yang menggunakan paradigma pendekatan deskriptif-kualitatif ini menghasilkan tiga temuan data, antara lain: 1) penggunaan teknologi informasi pada siswa kelas XI di MAN 1 Kota Mojokerto lebih banyak digunakan untuk bermain media sosial sebesar 60%, 2) penggunaan teknologi informasi yang dominan berdampak pada perilaku sosial mereka. Mereka lebih sering bermain media sosial dari pada berinteraksi langsung dengan teman yang lain, 3) Perilaku keagamaan yang dimunculkan

---

<sup>33</sup> Fathima Shameera et al., *Sri Lankan Youth Perception (User) toward "Muslim Pro" Apps through Smart Phone* (South Eastern University of Sri Lanka, University Park, Oluvil, Sri Lanka, December 17, 2018), accessed June 11, 2021, <http://ir.lib.seu.ac.lk/handle/123456789/3819>.

<sup>34</sup> Muhammad Afif Hasbi, "*Pengaruh Kepemilikan Aplikasi Al Qur`An Digital Terhadap Intensitas Membaca Al Qur`An Di Kalangan Mahasiswa Pai Angkatan 2014 Di Uin Sunan Ampel*" (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018).

oleh penggunaan teknologi informasi berimplikasi pada peningkatan ibadah. Sebesar 70% siswa terbantu oleh penggunaan teknologi sebagai pengingat waktu ibadah.<sup>35</sup>

5. Tesis berjudul *Penerapan Artificial Intelligence Sebagai Autonomous Weapons Dalam Konflik Bersenjata Di Indonesia* yang ditulis oleh Golda Lande, mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana, Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta tahun 2019. Secara garis besar, tesis jenis penelitian normatif yang menggunakan pendekatan historis dan konseptual ini menghasilkan temuan data yaitu belum terdapat suatu perjanjian internasional yang mengatur tentang penerapan *artificial intelligence* sebagai *autonomous weapon systems* dalam konflik bersenjata, meskipun demikian penerapan *artificial intelligence* sebagai *autonomous weapon systems* dapat digunakan dalam konflik bersenjata sesuai dengan Pasal 36 Protokol Tambahan Tahun 1977 Konvensi-Konvensi Jenewa 1949.<sup>36</sup>

Adapun letak persamaan dan perbedaan antara penelitian-penelitian terhadulu dengan penelitian yang akan dilakukan dapat diidentifikasi melalui tabel berikut:

**Tabel 1.1: Penelitian Terdahulu yang Relevan**

No	Jenis>Nama/Judul/Instansi	Persamaan	Perbedaan	
			Penelitian Terdahulu	Penelitian Terkini
1	Jurnal internasional/ Hafizah Rosli dan Ruslan Abd Rahim / <i>A Study of The Malaysian Youth Perception Toward 'Muslim Pro' Apps Through Smart Phone in Malaysia Using Technology</i>	Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu secara substansial terletak pada variabel	Variabel independen yang diteliti adalah persepsi kaum muda Malaysia.	Variabel independen yang akan diteliti adalah teknologi kecerdasan artifisial yang berupa aplikasi

<sup>35</sup> Nur Jannah, "Implikasi Teknologi Informasi Pada Perilaku Sosial Dan Keagamaan Siswa Kelas XI (Studi Kasus Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Mojokerto)" (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2017).

<sup>36</sup> Golda Lande, "Penerapan Artificial Intelligence Sebagai Autonomous Weapons Dalam Konflik Bersenjata Di Indonesia" (Universitas Gadjah Mada, 2019).

	<p><i>Acceptance Model (TAM)/</i> Universiti Teknologi Mara, Malaysia tahun 2016.</p>	<p>aplikasi Muslim Pro.</p>		<p>Muslim Pro dan Umma.</p>
			<p>Variabel dependen yang diteliti adalah aplikasi Muslim Pro.</p>	<p>Variabel dependen yang akan diteliti adalah religiusitas.</p>
			<p>Populasi penelitian ini adalah masyarakat muda Malaysia.</p>	<p>Populasi penelitian ini adalah komunitas Muslim milenial Kota Malang</p>
			<p>Paradigma metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif.</p>	<p>Paradigma metode penelitian yang digunakan adalah <i>mixed method</i> (kualitatif dan kuantitatif).</p>
2	<p>Jurnal internasional/ Fathima Shameera Abdul Wahid, Fathima Shafrana Abdul Wahid, Mohammed Akram Noorul Hadha, dan Segu Thambi Mohamed Sajath/ <i>Sri Lankan Youth Perception (User) Toward 'Muslim Pro' Apps Through Smart Phone/</i> South Eastern University of Sri Lanka tahun 2018.</p>	<p>Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu secara substansial terletak pada variabel aplikasi Muslim Pro.</p>	<p>Variabel independen yang diteliti adalah persepsi kaum muda Sri Lankan.</p>	<p>Variabel independen yang akan diteliti adalah teknologi kecerdasan artifisial yang berupa aplikasi Muslim Pro dan Umma.</p>
			<p>Variabel dependen yang diteliti adalah aspek sikap dan spiritual siswa.</p>	<p>Variabel dependen yang akan diteliti adalah religiusitas.</p>

			Populasi penelitian ini adalah masyarakat kaum muda Sri Lankan.	Populasi penelitian ini adalah komunitas Muslim milenial Kota Malang
			Paradigma metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif.	Paradigma metode penelitian yang digunakan adalah <i>mixed method</i> (kualitatif dan kuantitatif).
3	Skripsi/ Muhammad Afif Hasibi/ <i>Pengaruh Kepemilikan Aplikasi Al-Qur'an Digital Terhadap Intensitas Membaca Al-Qur'an di Kalangan Mahasiswa PAI Angkatan 2014 di UIN Sunan Ampel Surabaya/ Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2018.</i>	Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu secara substansial terletak pada variabel untuk mengungkap pengaruh teknologi.	Variabel independen yang diteliti adalah aplikasi al-Qur'an digital.	Variabel independen yang akan diteliti adalah teknologi kecerdasan artifisial yang berupa aplikasi Muslim Pro dan Umma.
			Variabel dependen yang diteliti adalah intensitas membaca al-Qur'an.	Variabel dependen yang akan diteliti adalah religiusitas.
			Populasi penelitian ini adalah mahasiswa PAI Angkatan 2014 di UIN Sunan Ampel Surabaya.	Populasi penelitian ini adalah masyarakat Muslim milenial Kota Malang
			Paradigma metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif.	Paradigma metode penelitian yang digunakan adalah <i>mixed method</i>

				(kuantitatif dan kualitatif).
4	Tesis/Nur Jannah/ <i>Implikasi Teknologi Informasi Pada Perilaku Sosial dan Keagamaan Siswa Kelas XI: Studi Kasus Madrasah Aliyah (MAN) 1 Kota Mojokerto/ Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2017.</i>	Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu secara substansial terletak pada variabel untuk mengungkap pengaruh teknologi.	Variabel dependen yang diteliti adalah aspek sikap dan spiritual siswa.	Variabel independen yang akan diteliti adalah teknologi kecerdasan artifisial yang berupa aplikasi Muslim Pro dan Umma.
			Populasi penelitian ini adalah MA Darul Ulum Kureksari Waru Sidoarjo.	Variabel dependen yang akan diteliti adalah religiusitas.
			Paradigma metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif.	Populasi penelitian ini adalah masyarakat Muslim milenial Kota Malang
			Paradigma metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif-kualitatif.	Paradigma metode penelitian yang digunakan adalah <i>mixed method</i> (kuantitatif dan kualitatif).
5	Tesis/Golda Lande/ <i>Penerapan Artificial Intelligence Sebagai Autonomous Weapons Dalam Konflik Bersenjata Di Indonesia/ Magister Ilmu</i>	Penelitian tentang kecerdasan artifisial.	Penelitian ini tidak fokus untuk mengungkap pengaruh, melainkan penerapan kecerdasan artifisial	Variabel independen yang akan diteliti adalah teknologi kecerdasan artifisial yang

	Hukum Program Pascasarjana, Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta tahun 2019		sebagai <i>Autonomous Weapons</i> .	berupa aplikasi Muslim Pro dan Umma.
			Variabel dependennya adalah konflik bersenjata di Indonesia.	Variabel dependen yang akan diteliti adalah religiusitas.
			-	Populasi penelitian ini adalah masyarakat Muslim milenial Kota Malang
			Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian normatif dengan pendekatan historis-kontekstual.	Paradigma metode penelitian yang digunakan adalah <i>mixed method</i> (kuantitatif dan kualitatif).

Dari tabel di atas, diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan ini relatif berbeda dan belum pernah diteliti sebelumnya. Perbedaan mendasar yang sangat tampak dari penelitian ini dengan penelitian yang lain adalah terletak pada beberapa aspek, antara lain: 1) variabel independen penelitian yaitu teknologi kecerdasan artifisial yang berupa aplikasi Muslim Pro dan Umma, 2) variabel dependen penelitian yaitu religiusitas, 3) populasi penelitian yaitu masyarakat Muslim Kota Malang, 4) paradigma metode penelitian yang berjenis *mixed methods* (gabungan) antara kualitatif dan kuantitatif (*sequential exploratory*).

## 1.8 Definisi Operasional

### a. Teknologi Kecerdasan Artifisial

Teknologi teknologi kecerdasan artifisial atau dalam istilah lainnya kecerdasan buatan adalah sebuah mesin komputer berbasis ilmu pengetahuan (*learning*) yang mampu melakukan pekerjaan seperti dan sebaik manusia bahkan lebih baik daripada apa yang dilakukan manusia.<sup>37</sup> Teknologi kecerdasan artifisial dalam penelitian ini difokuskan pada aplikasi Muslim Pro dan Umma.

#### **b. Religiusitas**

Religiusitas atau rasa beragama adalah akumulasi dari penghayatan individu terhadap keyakinan dan ritual keagamaan yang meliputi tindakan yang berdosa (*sinful acts*), tindakan yang direkomendasikan (*recommended acts*), dan terlibat dalam ibadah/ritual fisik kepada Tuhan (*engaging in bodily worship of God*).<sup>38</sup>

#### **c. Muslim Milenial Kota Malang**

Muslim milenial dapat didefinisikan sebagai kelompok masyarakat pemeluk agama yang lahir di antara tahun 1980-2004 dan memiliki sejumlah karakteristik partikular, antara lain; solidaritas (*collective*), pencipta tren (*customization*), terlibat aktif dalam komunitas (*community*), dekat dengan keluarga (*close to family*), kritis (*change over generation*), pusat inspirasi (*changing inspiration*), terhubung dengan jaringan internet (*connected*), percaya diri (*confident*). Sementara Kota Malang adalah salah satu kota di provinsi Jawa Timur yang memiliki keberagaman komunitas keagamaan, di antaranya; Hijrah United dan Yuk Ngaji Malang.

---

<sup>37</sup> Ertel, *Introductions to Artificial Intelligence*.

<sup>38</sup> Bambang Suryadi, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran, Dan Implementasi Di Indonesia*, h. 21



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 TEKNOLOGI KECERDASAN ARTIFISIAL

##### 2.1.1 Pengertian Teknologi Kecerdasan Artifisial

Istilah teknologi secara etimologis, berasal dari Bahasa Yunani *techne* yang berarti keahlian dan *logia* yang berarti pengetahuan. Adapun kata teknologi adalah bentuk serapan dari Bahasa Inggris *technology* yang memiliki definisi: 1) metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis, 2) keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia.<sup>39</sup>

Dalam dimensi historisnya, penggunaan kata *technology* sendiri mulai dicetuskan oleh salah satu ilmuwan sosial asal Amerika pada awal abad ke-20 yang mengambil padanan dari konsep Bahasa Jerman, yaitu *Technik* menjadi *technology*. Dalam pengertian yang populer, teknologi kerap diartikan sebagai segala sesuatu yang mengacu hal teknis pada obyek benda untuk mempermudah aktivitas manusia, seperti mesin, perkakas, dan perangkat keras.<sup>40</sup>

Dalam pengertian yang lebih luas, istilah teknologi memiliki terminologi definisi yang cukup beragam, antara lain:

1. Menurut Poerbahawadja Harahap, penggunaan kata teknologi pada dasarnya mengacu pada sebuah ilmu pengetahuan yang menyelidik tentang cara kerja di dalam bidang Teknik, serta mengacu pula pada ilmu pengetahuan yang digunakan dalam pabrik atau industri tertentu. Definisi ini tampak sangat mengacu pada definisi praktis dari teknologi yang ditemukan pada pabrik-pabrik dan industri lainnya.<sup>41</sup>
2. Adapun menurut Naisbit yang mengutip dari *Random House Dictionary* mengatakan bahwa teknologi merupakan sebuah benda dan juga objek, serta bahan dan juga wujud yang berbeda dibandingkan dengan manusia biasa.<sup>42</sup>

---

<sup>39</sup> KBBI, "Kamus Besar Bahasa Indonesia," last modified 2020, accessed October 1, 2020, <https://kbbi.web.id/teknologi>, diakses pada 1 Oktober 2020 pukul 12.45

<sup>40</sup> Rusman dkk, *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi* (Jakarta: Grafindo Persada, 2012), 78

<sup>41</sup> Poerbahawadja Raharja, *Ensiklopedia Pendidikan* (Jakarta: Gunung Agung, 1982), 8

<sup>42</sup> John Naisbitt, *High Tech High Touch* (Bandung: Mizan, 2002), 20

3. Pendapat lainnya tentang teknologi diungkapkan oleh Miarso yang menyatakan bahwa teknologi merupakan suatu bentuk proses meningkatkan nilai tambah. Proses yang berjalan tersebut dapat menggunakan atau menghasilkan produk tertentu, dimana produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada.<sup>43</sup>
4. Hal menarik tentang teknologi juga diungkapkan juga oleh Toynbee bahwa teknologi merupakan ciri dari adanya sebuah moralitas dan kemuliaan manusia, di mana hal ini membuktikan bahwa manusia tidak bisa hidup hanya untuk makan semata, namun membutuhkan lebih dari itu. Lebih lanjut, Toynbee mengatakan bahwa teknologi memungkinkan dapat bermanifestasi dalam konstituen non material dari sebuah kehidupan yang dimiliki manusia, seperti perasaan, ide, pemikiran, dan institusi. Dan semua hal tersebut menurut Toynbee adalah manifestasi dari kecerdasan seorang manusia.<sup>44</sup>

Dengan demikian, definisi teknologi dapat disimpulkan dengan mengacu pada karakteristik-karakteristik berikut, antara lain:

1. Berbasis ilmu pengetahuan (seperangkat metode ilmiah) yang digunakan untuk tujuan praktis.
2. Digunakan untuk menciptakan sebuah nilai tambah (keunggulan).
3. Sebuah rancangan atau ide yang diciptakan dengan kesadaran moral untuk mempermudah aktivitas kehidupan manusia.

Sedangkan teknologi kecerdasan artifisial adalah salah satu cabang dari ilmu komputer yang mengkaji bagaimana membuat dan merancang sebuah mesin komputer yang mampu melakukan tindakan dan pekerjaan layaknya manusia, bahkan bisa lebih baik dari apa yang manusia lakukan. Menurut John McCarthy, teknologi kecerdasan artifisial adalah sebuah mesin pintar untuk mengetahui dan menggambarkan model-model proses berpikir manusia dan merancang mesin agar dapat mereplikasi perilaku dan tindakan manusia. Istilah cerdas berarti memiliki pengetahuan dan dilengkapi dengan serangkaian pengalaman, penalaran (bagaimana

---

<sup>43</sup> Yusuf Hadi Miarso, *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan* (Jakarta: Pustekom Dinas, 2007), 14

<sup>44</sup> Arnold Toynbee, *Sejarah Umat Manusia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 60

membuat keputusan dan mengambil tindakan yang cepat dan tepat), dan moral yang baik.<sup>45</sup>

Secara konseptual, manusia dikatakan cerdas dalam menyelesaikan permasalahan jika manusia mempunyai tiga aspek dasar, yaitu pengetahuan, penalaran, dan pengalaman. Pengetahuan umumnya diperoleh dari banyaknya aktivitas belajar dan membaca, baik teks, buku, ataupun fenomena tertentu. Semakin banyak memiliki pengetahuan, manusia tentu akan lebih mampu menyelesaikan permasalahan. Meski demikian, pengetahuan saja tidak cukup, di lain aspek ia juga memerlukan aktivitas penalaran yang diproses melalui akalnya untuk menyelesaikan persoalan.

Selanjutnya, manusia juga tidak akan pernah bisa menyelesaikan permasalahan tanpa adanya usaha untuk mencoba yang kemudian akan menghasilkan pengalaman-pengalaman (*experiences*). Dalam hal ini, pengalaman juga menjadi sesuatu yang sangat penting bagi manusia, di samping kedua hal di atas. Manusia dengan pengetahuan dan kompetensi penalaran yang baik, jika tidak diikuti oleh pengalaman, maka tidak akan pernah bisa menyelesaikan persoalan. Begitupula sebaliknya, tanpa memiliki kompetensi dalam menalar dengan baik, manusia dengan sebanyak pengalaman dan pengetahuan apapun tidak akan mampu menyelesaikan masalah dengan baik. Demikian juga agar mesin bisa cerdas (bertindak seperti dan sebaik manusia), maka harus dibekali pengetahuan dan kemampuan untuk menalar.

Dalam referensi yang lain menyebutkan bahwa teknologi kecerdasan artifisial adalah kemampuan dari komputer digital atau robot yang dikendalikan computer untuk mengerjakan tugas-tugas yang berkaitan dengan kecerdasan.<sup>46</sup>

Ada dua prinsip mendasar yang dibutuhkan dalam merancang sebuah mesin artificial intelligence, antara lain:

1. Basis Pengetahuan (*Knowledge Base*) yaitu bersifat fakta-fakta, teori, pemikiran, dan hubungan antara satu dengan yang lainnya.
2. Motor Inferensi (*Inference Engine*) yaitu kemampuan menarik kesimpulan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman.

---

<sup>45</sup> Wolfgang Ertel, *Introductions to Artificial Intelligence* (London: Springer International Publishing, 2017), 1

<sup>46</sup> Wolfgang Ertel, *Introductions to Artificial Intelligence* (London: Springer International Publishing, 2017), 2

Dalam buku *Artificial Intelligence: A Modern Approach*, Stuart Russel dan Peter Norvig memaparkan pengertian *artificial intelligence* dalam empat kategori utama, yaitu *thinking humanly*, *thinking rationally*, *acting humanly* dan *acting rationally*.<sup>47</sup> Berikut penjelasan secara terperinci:

1. *Thinking humanly* yaitu otomasi aktivitas yang berhubungan dengan proses berfikir, pemecahan masalah dan pembelajaran. Kategori ini mensyaratkan sebuah pendekatan yang dilakukan dengan dua cara, yaitu: 1) melalui introspeksi, mencoba menangkap pemikiran kita sendiri saat kita berfikir, 2) melalui penelitian-penelitian dari segi psikologi.
2. *Thinking rationally* yaitu studi tentang kemampuan mengindera dengan menggunakan komputasi. Menurut Stuart, pendekatan ini terdapat dua permasalahan besar; 1) tidak mudah membuat pengetahuan informal yang dinyatakan dalam terma-terma formal dengan notasi-notasi logika, 2) terdapat perbedaan besar antara dapat memecahkan masalah “secara prinsip” dan memecahkannya “dalam dunia nyata”.
3. *Acting humanly (The Turing Test Approach, 1950)* yaitu studi bagaimana cara melakukan sesuatu sehingga menjadi lebih baik. Sebuah komputer jika masuk dalam kategori ini, ia harus memiliki kemampuan seperti *Natural Language Processing*, *Knowledge Representation*, *Automated Reasoning*, *Machine Learning*, *Computer Vision*, dan *Robotics*.
4. *Acting rationally* yaitu cabang dari ilmu komputer yang fokus pada otomasi perilaku yang cerdas. Kategori ini mempunyai karakter bahwa untuk melakukan aksi secara rasional sebelumnya dibutuhkan kemampuan menalar secara logis. Dengan menalar secara logis, maka bisa didapatkan kesimpulan bahwa aksi yang dilakukan akan mencapai tujuan atau tidak.

### 2.1.2 Ruang Lingkup Teknologi Kecerdasan Artifisial

Mekanisme teknologi kecerdasan artifisial dikelompokkan ke dalam empat Teknik, yaitu: 1) *searching*, 2) *reasoning*, 3) *planning*, dan 4) *learning*. Menurut Stuart

---

<sup>47</sup> Stuart Russel & Peter Norvig, *Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence)* (United States: Pearson, 2010), 2

Russel, untuk menjawabnya ada beberapa aktivitas di dalam banyak sub area. Berikut adalah penjelasan yang mungkin bisa menggambarkan bidang-bidang yang di dalamnya terlibat teknologi kecerdasan artifisial.

1. Sistem Pakar (*Expert System*). Yaitu komputer sebagai saranan untuk menyimpan pengetahuan para pakar sehingga komputer memiliki keahlian menyelesaikan permasalahan dengan meniru keahlian para pakar. Sistem pakar ini pada dasarnya merupakan program komputer yang memiliki kemampuan layaknya seorang pakar untuk memberikan penjelasan kepada pemakai tentang solusi yang diberikan. Sistem pakar dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu: 1) antar muka pemakai, basis pengetahuan, dan mesin inferensi.<sup>48</sup> Misalnya, *Mycin* yaitu sistem pakar di bidang kedokteran yang mendiagnosa infeksi bakteri dan memberi rekomendasi pengobatan. Sistem pakar ini diciptakan oleh Stanford University.
2. Pembelajaran Mesin (*Machine Learning*). merupakan cabang dari Artificial Intelligence dengan kemampuan mesin untuk mengakses data yang ada dengan perintah mereka sendiri. Machine Learning juga mampu mempelajari data yang ada dan melakukan tugas-tugas tertentu. Machine Learning mampu melakukan ini dengan metode mempelajari algoritma dan model statistik yang ada. Misalnya, sistem yang dirancang untuk deteksi penyakit dalam dunia medis.
3. Pengolahan Bahasa Alami (*Natural Language Processing*). Yaitu sistem di mana seorang pengguna dapat berkomunikasi dengan komputer menggunakan Bahasa sehari-hari, misal Bahasa Inggris, Bahasa Indonesia, Bahasa Jawa, dan lain sebagainya. Misalnya, *Chatbot* (aplikasi yang membuat pengguna bisa seolah-olah melakukan komunikasi dengan komputer), *Stemming* atau *Lemmatization* (pemotongan kata dalam bahasa tertentu menjadi bentuk dasar pengenalan fungsi setiap kata dalam kalimat), *Summarization* (ringkasan dari bacaan), *Translation Tools* (menterjemahkan bahasa) dan aplikasi-aplikasi lain yang memungkinkan komputer mampu memahami instruksi bahasa yang

---

<sup>48</sup> Jati Sasongko, "Penerapan Sistem Pakar Dalam Bidang: Industri, Pendidikan, Bisnis," Jurnal Edisi Januari, no. Artificial Intelligence (2002), 4

diinputkan oleh user, *Google Search Engine* yang mampu menampilkan beberapa kata yang relevan ketika sedang menelusuri kata tertentu.

4. Pengenalan Ucapan (*Speech Recognition*). Yaitu manusia dapat berkomunikasi dengan komputer menggunakan suara. Misalnya, *Google Assistant Apple Siri, Microsoft Cortona, Bixby Samsung*, dan sebagainya.
5. Robotika dan Sistem Sensor (*Robotics*). Yaitu di mana sebuah robot dengan input algoritma tertentu mampu bergerak secara otomatis berdasarkan sensor yang dihadapinya. Misalnya, robot tempat sampah otomatis, robot pengangkut sampah otomatis, robot manufaktur, dan sebagainya.
6. Pengelihatn Komputer (*Computer Vision*). Yaitu suatu sistem yang mampu menginterpretasikan gambar atau objek yang tampak melalui komputer. Misalnya, teknologi AI dalam *scan barcode* harga di beberapa supermarket, *scan barcode* untuk pembayaran *online*, dan sebagainya.

### 2.1.3 Konsep dan Genealogi Teknologi Kecerdasan Artifisial dalam Alquran

Pada dasarnya, al-Qur'an adalah sebuah kitab revolusioner yang akan berlaku sepanjang zaman dan akan selalu relevan untuk berbagai konteks yang meliputinya. Fenomena-fenomena yang terjadi di bumi pada prinsipnya telah dirumuskan dalam al-Qur'an, begitupula ilmu pengetahuan (sains) dan berbagai pengembangannya. Hanya saja, untuk memahami dan mengungkapnya memerlukan upaya yang tidak mudah dan didukung dengan kemampuan dan keahlian yang multidisipliner.

Al-Qur'an, sebagai kalam Allah, diturunkan bukan untuk tujuan-tujuan yang bersifat praktis. Oleh sebab itu, secara obyektif, al-Qur'an bukanlah ensiklopedi sains dan teknologi apalagi al-Qur'an tidak menyatakan hal itu secara gamblang. Akan tetapi, dalam kapasitasnya sebagai *hudan li al-nas*, al-Qur'an memberikan informasi stimulan mengenai fenomena alam dalam porsi yang cukup banyak, sekitar tujuh ratus lima puluh ayat.<sup>49</sup> Dalam visi al-Qur'an, fenomena alam adalah tanda-tanda kekuasaan Allah. Oleh sebab itu, pemahaman terhadap alam itu akan membawa manusia lebih dekat kepada Tuhannya. Pandangan al-Qur'an tentang sains dan teknologi dapat

---

<sup>49</sup> Titin Sumarni, "Scientific Learning: Konsep IPTEK Dan Keterpaduannya Dalam Al-Qur'an," Jurnal Akademika Vol. 13, (2017), 9

ditelusuri dari pandangan al-Qur'an tentang ilmu. Al-Qur'an telah meletakkan posisi ilmu pada tingkatan yang hampir sama *“orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”*.

Dalam konteks perkembangan teknologi secara umum, ada beberapa ayat al-Qur'an yang menjadi fondasi dasar bagi lahirnya sebuah ilmu pengetahuan dan teknologi. Al-Qur'an telah menggambarkan teknologi bagi para utusan-utusan Allah untuk dijadikan pembelajaran dan motivasi dalam menguasai berbagai cabang ilmu. Di antara ayat-ayat al-Qur'an yang mengandung muatan fondasi teknologi adalah:

1. QS. Al-Anbiya' ayat 80-81:

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِنُحْصِنَكُمْ مِّنْ بَأْسِكُمْ ۖ فَهَلْ أَنتُمْ شَاكِرُونَ

*“Dan telah Kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu; Maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah)”*

Di dalam ayat tersebut dinyatakan bahwa Nabi Daud as diberitahu oleh Allah SWT tentang pembuatan baju pelindung yang dapat digunakan dalam pertempuran. Dari pelajaran yang disampaikan Allah kepada Nabi Daud ini dapat kita lihat perkembangan pembuatan baju besi yang dirancang khusus untuk para prajurit dalam peperangan yang mereka hadapi baik itu berupa topi besi, rompi anti peluru dan sebagainya, ini merupakan pengembangan dari teknologi yang telah berabad-abad Allah ajarkan kepada nabi-Nya.<sup>50</sup>

وَلِسُلَيْمَانَ الرِّيحَ عَاصِفَةً تَجْرِي بِأَمْرِهِ إِلَى الْأَرْضِ الَّتِي بَارَكْنَا فِيهَا ۖ وَكُنَّا بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمِينَ

*“Dan (telah Kami tundukkan) untuk Sulaiman angin yang sangat kencang tiupannya yang berhembus dengan perintahnya ke negeri yang kami telah memberkatinya. Dan adalah Kami Maha Mengetahui segala sesuatu”*

---

<sup>50</sup> Mutia, *“Teknologi Dalam Al-Qur'an,”* Jurnal Islam Futura Vol. 6, (2007), 72

Begitu juga Nabi Sulaiman as, Allah telah menundukkan angin baginya, hingga ia dapat melawat ke negeri sekitarnya. Dari gambaran yang Allah tunjukkan, kita bisa melihat perkembangannya saat ini berapa banyak peralatan canggih yang dikembangkan hampir dari semuanya menggunakan tenaga angin seperti kapal layar, kincir angin dan alat-alat berat sejenisnya.

2. QS. Yasin ayat 41-42:

وَأَيُّهُمْ أَنَّا حَمَلْنَا ذُرِّيَّتَهُمْ فِي الْفُلِّ الْمَشْحُونِ

*“Dan suatu tanda (kebesaran Allah yang besar) bagi mereka adalah bahwa Kami angkut keturunan mereka dalam bahtera yang penuh muatan”.*

وَخَلَقْنَا لَهُمْ مِنْ مِثْلِهِ مَا يَرْكَبُونَ

*“Dan Kami ciptakan untuk mereka yang akan mereka kendarai seperti bahtera itu”*

Ayat tersebut menguraikan kekuasaan Allah yang mengingatkan manusia tentang leluhurnya yang diselamatkan di atas perahu Nabi Nuh as. Dalam ayat 41 ini, Allah menerangkan tentang bahtera Nabi Nuh as yang juga memberi kepadanya pengetahuan tentang cara pembuatan perahu itu hingga dapat digunakan. Kemudian, dalam ayat 42 Allah juga menerangkan tentang informasi aneka alat transformasi yang dapat digunakan manusia. Semua informasi Allah itu dapat kita lihat dan kita rasakan keberadaannya.<sup>51</sup>

3. QS. Hud ayat 37

وَأَصْنَعِ الْفُلْكَ بِأَعْيُنِنَا وَوَحْيِنَا وَلَا تُخْطِبْنِي فِي الَّذِينَ ظَلَمُوا ۖ إِنَّهُمْ مُّعْرِضُونَ

---

<sup>51</sup> Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*, 2nd ed. (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 544



*“Dan buatlah bahtera itu dengan pengawasan dan petunjuk wahyu Kami, dan janganlah kamu bicarakan dengan Aku tentang orang-orang yang zalim itu; sesungguhnya mereka itu akan ditenggelamkan”.*

Ayat ini menerangkan bahwa Allah SWT telah memerintahkan Nabi Nuh AS untuk membuat bahtera agar Nuh bersama dengan orang beriman selamat dari musibah air bah yang segera akan terjadi. Kapal Nabi Nuh boleh jadi kapal yang pertama di dunia, dibuat dengan pengawasan langsung dan petunjuk wahyu Allah. Dengan ayat ini pula al-Qur'an telah mengemukakan dan meminta perhatian umat manusia akan salah satu cabang ilmu teknik yang paling urgen dalam hidup ini, yaitu teknik perkapalan. Tidak dapat disangkal, betapa pentingnya masalah perkapalan dalam hidup ini. Ia tidak saja merupakan alat perhubungan atau pelayaran yang menghubungkan satu daerah dengan daerah lainnya, akan tetapi ia juga sebagai alat pengangkutan yang sangat vital yang dapat mengangkut barang dagangan dalam jumlah yang sangat besar.<sup>52</sup>

#### **2.1.4 Muslim Pro: Teknologi Gaya Baru Dunia Muslim**

Muslim Pro adalah aplikasi muslim paling populer yang diakui oleh lebih dari 70 juta Muslim di seluruh dunia sebagai aplikasi penunjang ibadah yang komprehensif. Aplikasi tersebut diluncurkan oleh pengembang aplikasi ternama, Erwan Mace pada tahun 2010 yang bertepatan dengan bulan Ramadhan.<sup>53</sup> Aplikasi buatan Bitsmedia asal Singapore ini memiliki sejumlah keunggulan seperti pengingat waktu salat & azan paling akurat, Alquran lengkap dengan aksara Arab, fonetik, terjemahan dan bacaan audio serta pelacak kiblat, kalender Hijriah Islam, peta restoran halal, rute masjid, dan beberapa fitur pilihan yang lain.

Adapun fitur-fitur yang dimiliki Muslim Pro secara keseluruhan dapat diamati dalam tabel berikut:<sup>54</sup>

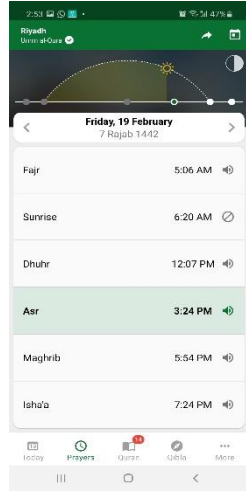

---


<sup>52</sup> Sumarni, *“Scientific Learning: Konsep IPTEK Dan Keterpaduannya Dalam Al-Qur'an.”*, 89

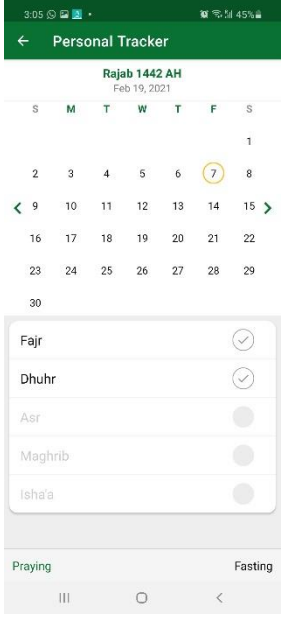

<sup>53</sup> Mediabuzz, “Muslim Pro Is No 1. Islamic Mobile App With Over 10 Million Downloads Globally” last modified 2014, <https://www.mediabuzz.com.sg/companies-campaigns-april-14/muslim-pro-is-no-1-islamic-mobile-app-with-over-10-million-downloads-globally>.



<sup>54</sup> Google Play, *“Muslim Pro – Prayer Times, Adzan, Qur'an, & Qibla.”*

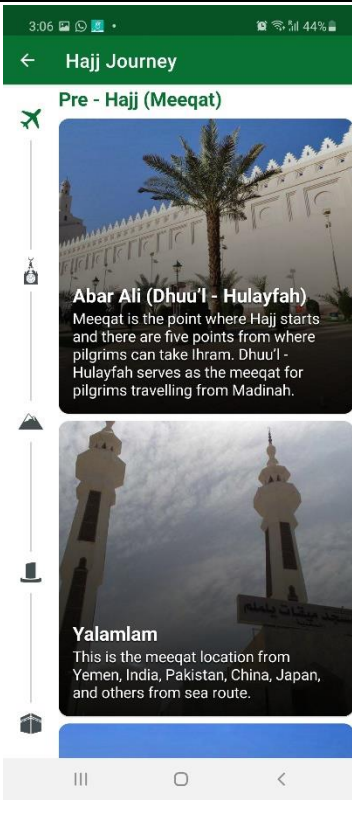
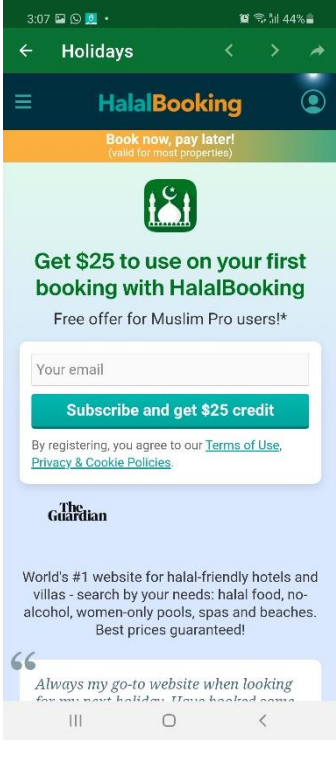
Tabel 2.1 Fitur-fitur Aplikasi Muslim Pro

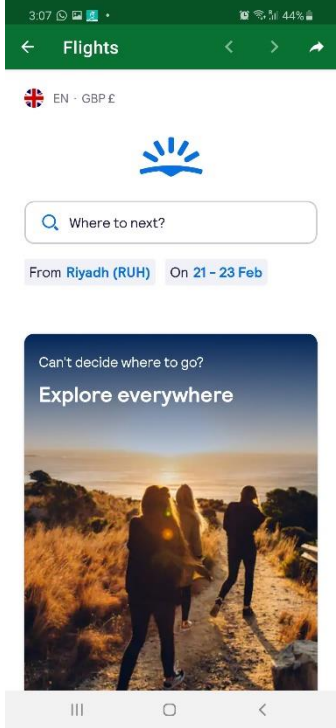
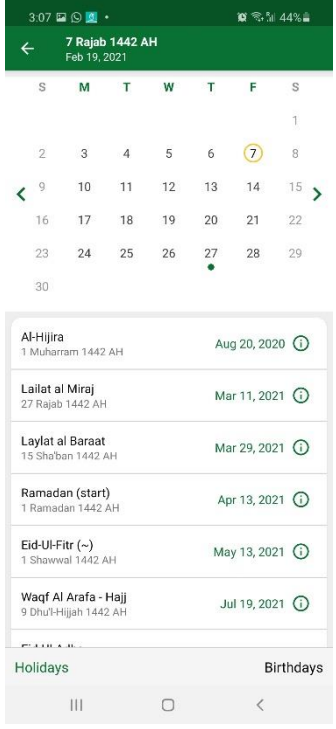
NO	NAMA FITUR	DESKRIPSI FITUR	GAMBAR
1	<i>Prayers</i>	Fitur yang secara spesifik dirancang untuk menampilkan waktu-waktu shalat yang akurat dan disertai dengan mesin pencari lokasi otomatis dan penanda adzan dari berbagai <i>muadzin</i> internasional.	
2	<i>Qur'an</i>	Fitur yang mampu menyajikan al-Qur'an secara lengkap beserta transliterasi latin, terjemahan dan tafsir singkat, tajwid, catatan personal, dan suara imam.	


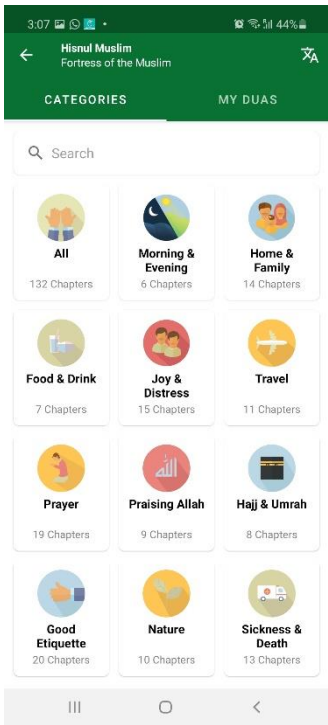
3	<i>Qibla</i>	Fitur yang menampilkan arah kiblat secara akurat berdasarkan lokasi pengguna.	
4	<i>Inspiration</i>	Fitur yang menyajikan berbagai konten edukatif seputar kajian keislaman.	

5	<i>Tracker</i>	Fitur yang dapat digunakan untuk mengukur dan mengontrol kontinuitas praktek ibadah, terutama shalat.	
6	<i>Community</i>	Fitur yang dirancang sebagai media komunikasi antar muslim di seluruh dunia, khususnya dalam hal meminta doa kepada sesama pengguna.	
7	<i>Halal</i>	Fitur yang dapat digunakan untuk mencari tempat restaurant yang halal di sekitar lokasi di mana pengguna berada.	

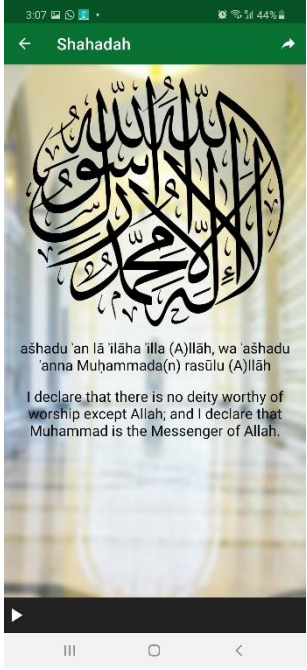
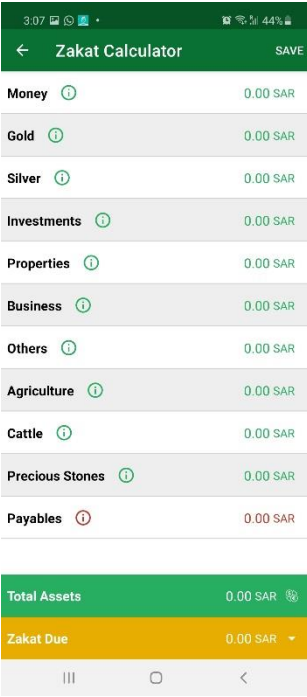
8	<i>Mosques</i>	Fitur yang dapat digunakan untuk mencari lokasi masjid terdekat dari pengguna.	 <p>The screenshot shows a mobile application titled 'Mosques'. It displays a list of mosques with their names in Arabic and English, along with their distances from the user's location. The list includes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>جامع الشيخ حسين عويش الحارثي (Sheikh Hussein Awwash Al-Harithi Mosque) - 2.4 km</li> <li>جامع الشيخ ناصر الرشيد (Sheikh Nasser Al-Rashid Mosque) - 2.8 km</li> <li>جامع عبدالرحمن بن ثنيان العبيكان (Abdulrahman Bin Thunyan Al-Abikan Mosque) - 3.0 km</li> <li>Mohammed Almousa's Masjid (مسجد محمد الفوسى) (7506 Bashir Al Habashi (Abdulwahid Bin Ahmed)) - 3.3 km</li> <li>King Khalid Mosque (جامع الملك خالد) (Umm Al-Hamam St. (Groube St.)) - 3.5 km</li> <li>جامع الجوهرة المنصور (Jawhara Al-Mansur Mosque) - 3.5 km</li> <li>جامع الأمير مشعل بن عبدالعزيز رحمه الله (Prince Mishal bin Abdulaziz Mosque) - 3.7 km</li> <li>Aljoharah Al-Taweel Mosque (جامع الجوهرة الطويل) (الدائري الشمالي مخرج ٢ (شارع أبي داود)) - 3.7 km</li> <li>جامع الأميرة نورة بنت عبد الله بن عبد العزيز (Al-Amira Nora Bint Abdulaziz Mosque) - 4.0 km</li> <li>جامع وسمة المنعم (Wasma Al-Mun'im Mosque) - 4.0 km</li> </ul>
9	<i>Hajj &amp; Umrah</i>	Fitur yang menyajikan beberapa panduan praktis dan informasi seputar haji dan umrah, seperti niat, doa, sejarah, dan lain-lain.	 <p>The screenshot shows a mobile application titled 'Hajj &amp; Umrah'. It features a grid of guides and resources, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>INTRODUCTION TO HAJJ &amp; UMRAH</li> <li>HISTORY OF HAJJ &amp; UMRAH</li> <li>BASIC UMRAH GUIDE</li> <li>BASIC HAJJ GUIDE</li> <li>HOW TO WEAR HRAM</li> </ul>

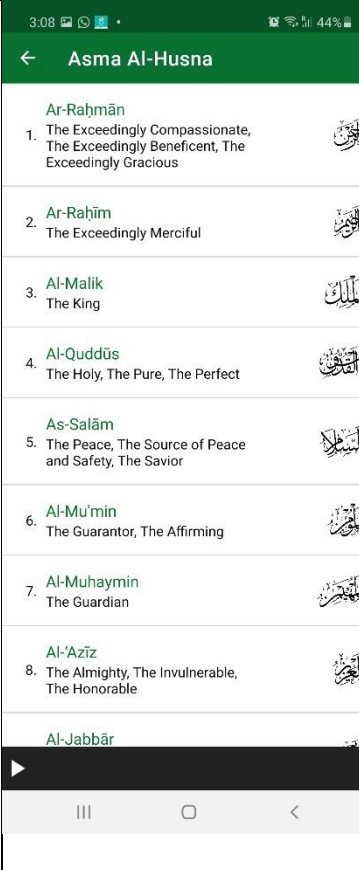
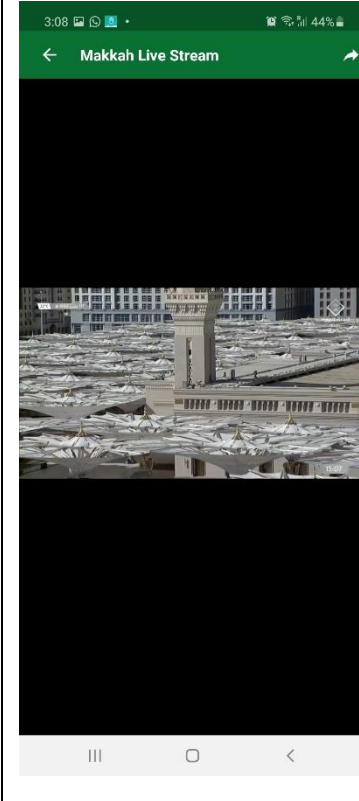
10	<i>Hajj Journey</i>	Fitur yang secara spesifik menjelaskan tahap-tahap perjalanan haji.	
11	<i>Holidays</i>	Fitur yang menyediakan informasi seputar tempat-tempat wisata islami yang dapat dikunjungi pengguna sewaktu liburan.	

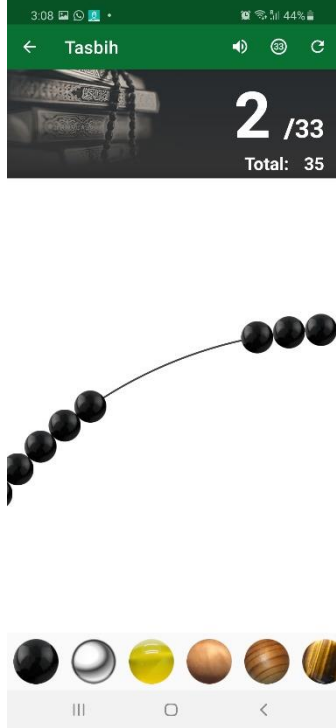
12	<i>Flights</i>	Fitur yang dapat digunakan untuk memesan tiket transportasi, khususnya pesawat.	
13	<i>Calendar</i>	Fitur yang dapat digunakan untuk melihat daftar hari-hari penting dalam Islam.	

14	<i>Messages</i>	Fitur yang dirancang sebagai media kreatif untuk para pengguna dalam membuat kartu ucapan dengan nilai-nilai islami.	 <p>The screenshot shows the 'Messages' app interface with a green header. Below the header, there is a list of greeting cards with Islamic text and Arabic calligraphy. The cards include: 'As-salamu alaykum' (The peace be upon you), 'Kullu 'Am Wa Antum Bikhair' (Wishing you blessings through the year), 'Masha'Allah' (Allah has willed it (appreciation)), 'Ramadan Kareem' (Wishing a blessed Ramadan), 'BarakAllahu feek' (The blessings of Allah upon you), 'Insha'Allah' (If Allah wills), 'Subhān Allāh' (Glory be to Allah), 'Inna lillahi wa inna ilayhi rajiun' (We surely belong to Allah and to Him we shall return (condolences)), 'Ameen' (May it be so (at the end of a prayer)), and 'Eid Milad Sa'ad'.</p>
15	<i>Duas</i>	Fitur yang berisi beberapa kumpulan doa yang dapat digunakan oleh pengguna.	 <p>The screenshot shows the 'Hisnul Muslim' app interface with a green header. Below the header, there is a grid of prayer categories. The categories include: 'All' (132 Chapters), 'Morning &amp; Evening' (6 Chapters), 'Home &amp; Family' (14 Chapters), 'Food &amp; Drink' (7 Chapters), 'Joy &amp; Distress' (15 Chapters), 'Travel' (11 Chapters), 'Prayer' (19 Chapters), 'Praising Allah' (9 Chapters), 'Haji &amp; Umrah' (8 Chapters), 'Good Etiquette' (20 Chapters), 'Nature' (10 Chapters), and 'Sickness &amp; Death' (13 Chapters).</p>



16	<i>Shahadah</i>	Fitur yang berisi untaian kalimat syahadat beserta audio pendukung.	
17	<i>Zakat</i>	Fitur yang dapat digunakan untuk mengkalkulasi jumlah zakat yang akan dikeluarkan pengguna.	

18	<i>Names</i>	Fitur yang berisi kumpulan nama-nama suci Allah (Asma al-Husna)	
19	<i>Makkah</i>	Fitur yang berisi siaran langsung situasi yang terjadi di Makkah.	

20	<i>Tashbih</i>	Fitur yang dapat digunakan untuk berdzikir pengganti tashbih.	
----	----------------	---	---

### 2.1.5 Umma: Teknologi Pendukung Ibadah Muslim Milenial Indonesia

Umma adalah sebuah aplikasi pendukung ibadah terlengkap dan mudah digunakan untuk memenuhi kebutuhan beragama Muslim milenial di Indonesia. Umma diluncurkan oleh Indra Wiralaksamana, CEO dan Co-Founder Umma pada 25 April 2019 dengan mengusung berbagai Konten Islami yang dipersonalisasi dengan memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan.<sup>55</sup>

Aplikasi yang dikembangkan oleh anak muda Indonesia ini memiliki sejumlah fitur ibadah, seperti jadwal sholat akurat, notifikasi Adzan, penunjuk arah Kiblat berbasis GPS, doa harian, Al-Qur'an online yang dilengkapi dengan terjemahan dari berbagai bahasa, serta kalender, berita dan konten-konten Islami. Selain itu, melalui fitur uClass sebagai *platform e-learning* untuk Muslim, Umma menghadirkan berbagai kelas online dengan topik yang beragam mulai dari pelajaran Tahsin Qur'an sampai

<sup>55</sup> Republika, "Luncurkan Aplikasi Mobile, Umma Tawarkan Konten Islami," last modified 2019, <https://www.republika.co.id/berita/pqiez1383/luncurkan-aplikasi-emmobileem-umma-tawarkan-konten-islami>.


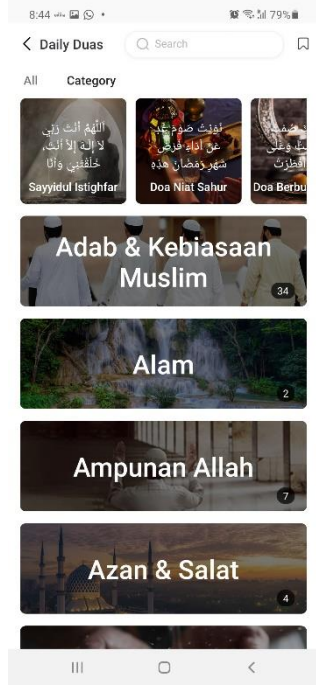
ke ilmu praktis untuk membantu Muslim milenial menjadi pribadi Muslim yang lebih baik.<sup>56</sup>


Adapun fitur-fitur yang dimiliki aplikasi Umma secara keseluruhan dapat diamati dalam tabel berikut:

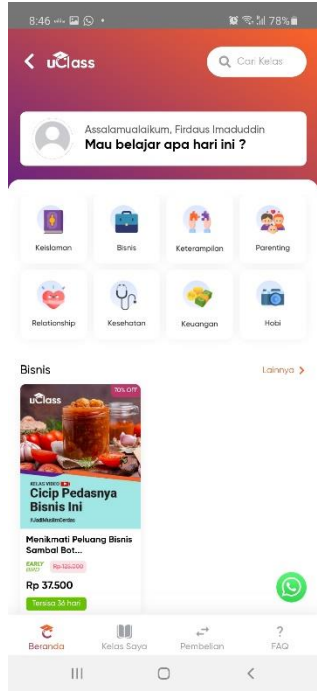
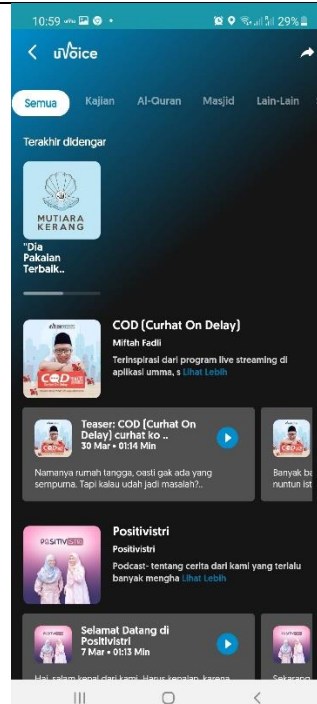
**Tabel 3.1 Fitur-fitur Aplikasi Umma**

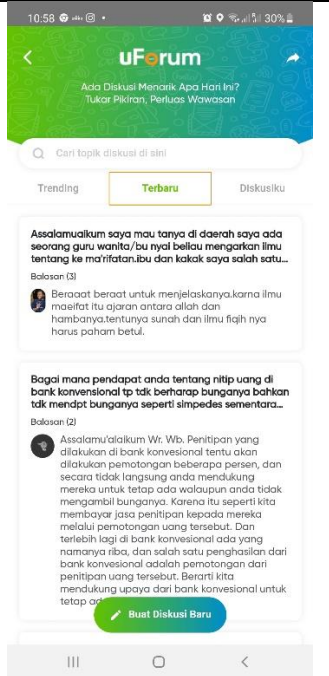
NO	NAMA FITUR	DEKSRIPSI FITUR	GAMBAR
1	<i>Qiblah</i>	Fitur yang menampilkan arah kiblat secara akurat berdasarkan lokasi pengguna.	
2	<i>Prayers</i>	Fitur yang secara spesifik dirancang untuk menampilkan waktu-waktu shalat yang akurat dan disertai dengan mesin pencari lokasi otomatis dan penanda adzan dari berbagai <i>muadz</i> in internasional.	

<sup>56</sup> Play, “Umma - #1 Komunitas Muslim & Gaya Hidup.”, diakses pada 24 Desember 2020 pukul 8.15

3	<i>Quran</i>	Fitur yang mampu menyajikan al-Qur'an secara lengkap beserta transliterasi latin, terjemahan dan tafsir singkat, tajwid, catatan personal, dan suara imam.	 <p>The screenshot shows a mobile application interface for the Quran. At the top, there's a search bar labeled 'Search Surah or topic'. Below it, there are two featured images: 'EXPLORE QURAN' and 'QURAN EULOGY'. A green banner indicates 'Last read Al-Anfal: 1'. The main content is a list of Surahs, each with its name in Indonesian, its English translation, and its Arabic name. The list includes: 1. Al-Fatihah (The Opening/7), 2. Al-Baqarah (The Cow/286), 3. Al-Imran (The Family Of Imran/200), 4. An-Nisa' (Women/176), 5. Al-Maidah (The Food/120), 6. Al-An'am (The Cattle/165), 7. Al-Araf (The Elevated Place/206), 8. Al-Anfal (The Spoils Of War/75), 9. At-Taubah (Repentance/129), and 10. Yunus (Yunus/109). At the bottom, there are navigation icons: a list icon, a home icon, and a back icon.</p>
4	<i>Duas</i>	Fitur yang berisi beberapa kumpulan doa yang dapat digunakan oleh pengguna.	 <p>The screenshot shows a mobile application interface for daily prayers (Duas). At the top, there's a search bar labeled 'Search'. Below it, there are three featured images with Arabic text and Indonesian labels: 'Sayyidul Istighfar', 'Doa Niat Sahur', and 'Doa Berbau'. The main content is a list of categories, each with a featured image and a count: 'Adab &amp; Kebiasaan Muslim' (34), 'Alam' (2), 'Ampunan Allah' (7), and 'Azan &amp; Salat' (4). At the bottom, there are navigation icons: a list icon, a home icon, and a back icon.</p>

5	Live Streaming dan Q&A	Fitur yang menyediakan siaran langsung kajian, diskusi, dan beragam sesi berbagi ilmu lainnya oleh Ustadz dan berbagai narasumber ahli tentang berbagai topik seputar gaya hidup Muslim sehari-hari.	 <p>The screenshot displays the Ummma app interface. At the top, there's a status bar with the time 9:07 and battery level 73%. Below it is a navigation bar with icons for home, search, and other functions. The main content area is divided into two sections. The top section, titled 'r Baik', shows a list of Q&amp;A posts. The first post is by Annisa Nur Rahma, asking about the relationship between a husband and wife who are both Muslims. The second post is by nila rusnani, asking about the time for Tahajjud. The bottom section, titled 'Trending', shows a list of live streaming sessions. The first session is 'Kajian Qur'an &amp; Sunnah' by Tilawah Alquran, Ceramah Keislaman &amp; Seputar Tentang Islam. The second session is 'Kajian Islami' by Kajian Islami. The third session is 'Pencari Ilmu' by Kompilasi terbaik di umma live.</p>
---	------------------------	--	---

6	<i>uClass</i>	Fitur e-learning di umma yang memfasilitasi kelas online dengan berbagai topik dari para pemateri ahli dan praktisi termasuk Ustadz.	
7	<i>uVoice</i>	Fitur yang berisi beragam konten Islami berbentuk suara seperti kajian tentang tafsir, hadis, dan fikih, dan lain sebagainya.	

8	uForum	Fitur yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengetahuan tentang Islam dengan tanya jawab sesama pengguna.	
---	--------	---	---

## 2.2 AGAMA & RELIGIUSITAS

### 2.2.1 Pengertian Agama

Agama secara etimologis, berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri dari susunan huruf “a” yang artinya tidak, dan kata “gama” yang berarti pergi. Maka, terma agama secara bahasa dapat diartikan tidak pergi artinya menetap dalam suatu tempat. Dalam istilah Fachruddin al-Kahiri, agama diartikan dengan “a” berarti tidak, “gama” berarti kocar-kacir, berantakan, *chaos*. Dalam etimologi bahasa Inggris, agama disebut dengan *religion*, dalam bahasa Belanda, agama diterjemahkan dengan *religie*. Dalam bahasa Arab, agama diterjemahkan dengan *dien* atau *millah*.<sup>57</sup>

Sedangkan menurut para ahli, agama memiliki definisi yang beragam, antara lain:

1. Menurut Taylor agama adalah keyakinan terhadap sesuatu yang spiritual. Ia menilai bahwa walaupun setiap agama memiliki karakter yang berbeda, namun pada prinsipnya semua agama di dunia mempunyai kemiripan yang sama yaitu

<sup>57</sup> A. Tamrin, “Relasi Ilmu, Filsafat Dan Agama Dalam Dimensi Filsafat Ilmu,” Salam: Jurnal Sosial dan Budaya Syar’i, (2019), 88



keyakinan terhadap roh-roh yang berpikir, berperilaku, dan berperasaan seperti manusia.<sup>58</sup>

2. Emile menyatakan bahwa agama pada prinsipnya adalah sistem kepercayaan dengan segala tindak perilaku yang selalu dikaitkan dengan Yang Sakral.<sup>59</sup>
3. Geertz merumuskan definisi agama sebagai satu sistem simbol yang bertujuan untuk menciptakan motivasi dan perasaan yang kuat, mudah menyebar, dan tidak mudah hilang dalam diri seseorang.<sup>60</sup>

Adapun Islam, dalam tinjauan etimologis, menurut Taufiqullah, Islam berasal dari kata bahasa Arab, *sa-li-ma – yas-lamu* yang berarti selamat. Pendapat ini didukung oleh mayoritas para ahli, khususnya ulama Islam. Selanjutnya dari kata *sa-li-ma* dibentuk kata kerja transitif menjadi *as-la-ma* yang artinya memelihara diri, tunduk patuh, dan taat. Kata *as-la-ma* juga mengandung arti masuk Islam. Sehingga subjeknya disebut dengan Muslim. Seseorang dinamakan Muslim berarti ia telah menyatakan dirinya sebagai hamba yang taat, menyerahkan diri, dan patuh kepada Sang Pencipta, Allah SWT. Setelah berikrar dengan mengucapkan syahadat yang menandakan ia telah masuk Islam, maka orang itu selanjutnya terjamin keselamatan hidupnya di dunia dan di akhirat.

Islam adalah agama Allah yang diwahyukan kepada Rasul-rasul-Nya guna diajarkan kepada manusia. Ia dibawa secara kontinyu dari satu generasi ke generasi selanjutnya. Ia adalah rahmat, hidayah, dan petunjuk bagi manusia yang berkelana dalam kehidupan duniawi. Ia juga merupakan agama yang telah sempurna (penyempurna) terhadap agama (syari'at-syari'at) yang ada sebelumnya. Islam sebagai sistem kepercayaan juga mempunyai pokok-pokok ajaran fundamental yang harus dipahami dan diyakini oleh pemeluknya. Ajaran-ajaran pokok tersebut antara lain: a) Aqidah (Iman), 2) Syari'at (Islam itu sendiri), dan 3) Akhlak (Ihsan).

---

<sup>58</sup> Daniel. L. Pals, *Seven Theories of Religion: Tujuh Teori Agama Paling Berpengaruh* (Yogyakarta: IRCiSod, 2018), 46

<sup>59</sup> Daniel. L. Pals, *Seven Theories of Religion: Tujuh Teori Agama Paling Berpengaruh* (Yogyakarta: IRCiSod, 2018), 172

<sup>60</sup> Daniel. L. Pals, *Seven Theories of Religion: Tujuh Teori Agama Paling Berpengaruh* (Yogyakarta: IRCiSod, 2018), 414-415

### 2.2.2 Pengertian Religiusitas dan Islam

Secara substansial, istilah agama tidak jauh beda dengan makna yang dikandung dalam terma religiusitas, karena dalam beberapa diskursus terma religiusitas juga dipakai untuk mendefinisikan istilah agama, begitu pula sebaliknya. Sebagaimana disebutkan dalam satu referensi bahwa akar kata dari istilah agama ini adalah *religi*. Dalam Bahasa Inggris disebut *religion*, dalam Bahasa Belanda disebut *religie*, dalam Bahasa Latin disebut *religio/relegare*, dan dalam Bahasa Arab disebut *dien*. Kata religiusitas kemudian diambil dari kata religi yang mengandung arti memikat.<sup>61</sup>

Menurut Cicero, *relegare* berarti melakukan sesuatu perbuatan dengan penderitaan, yakni jenis laku peribadatan yang dikerjakan berulang-ulang dan tetap. Lactancius mendefinisikan *relegare* sebagai Sesuatu yang mengikat menjadi satu dalam persatuan bersama.<sup>62</sup> Ancok dan Suroso mendefinisikan *religio* sebagai keberagamaan dari berbagai macam dimensi yang bukan terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tapi juga melakukan aktivitas yang didorong oleh kekuatan supranatural.<sup>63</sup>

Dari beberapa definisi di atas, maka tampak gambaran apa yang dimaksud dengan religiusitas. Sebagai acuan teoritik pendukung, menurut Jalaludin Rahmat, religiusitas adalah keberagamaan, yaitu suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya kepada agama.<sup>64</sup> Sejalan dengan hal tersebut, Zakiah Darajat menjelaskan bahwa religius adalah suatu kesatuan unsur-unsur yang komprehensif. Tidak hanya pengakuan seseorang atas sebuah agama, melainkan seseorang sudah disebut beragama. Komprehensivitas tersebut meliputi pengetahuan agama, keyakinan agama, pengalaman ritual agama, perilaku (moralitas agama), dan sikap sosial keagamaan.<sup>65</sup>

---

<sup>61</sup> Ishomuddin, *Pengantar Sosiologi Agama* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 29

<sup>62</sup> Faisal Ismail, *Paradigma Kebudayaan Islam: Studi Kritis Dan Refleksi Historis* (Yogyakarta: Titian Ilahi Press, 1997), 28

<sup>63</sup> Djamaludin Suroso, Ancok, *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Islam, 2008), 20

<sup>64</sup> Jalaludin Rahmat, *Psikologi Agama* (Jakarta: Grafindo Persada, 2003), 88

<sup>65</sup> Zakiah Darajat, *Ilmu Jiwa Agama* (Jakarta: Bulan Bintang, 1993), 132

Selain sarjana timur, pernyataan yang serupa juga datang dari para sarjana barat. Glock dan Stark merumuskan religiusitas sebagai komitmen religius (berhubungan dengan keyakinan iman) yang dapat dilihat melalui aktivitas atau perilaku individu yang bersangkutan dengan agama atau keyakinan yang dianut. Tambahnya, religiusitas diartikan dengan seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa intens pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianut.<sup>66</sup> Bersamaan dengan hal itu, laporan penelitian dari *Fetzer Institute* mendefinisikan religiusitas sebagai sesuatu yang menekankan pada masalah perilaku, sosial, dan merupakan sebuah doktrin dari setiap agama atau golongan. Doktrin yang dimiliki oleh setiap agama wajib diikuti oleh setiap pengikutnya.<sup>67</sup>

Berdasarkan definisi-definisi para ahli, maka dapat diutarakan di sini bahwa religiusitas dalam Islam menyangkut lima dimensi yaitu; teologi (aqidah), ibadah (syari'ah), amal (sosial), akhlak (moralitas) dan pengetahuan (sains). Aqidah menekankan pada keyakinan kepada Allah, Malaikat, Rasul dan seterusnya, ibadah menekankan pada pelaksanaan hubungan antar manusia dengan Allah, amal menekankan pada pelaksanaan hubungan manusia dengan sesama makhluk, akhlak merujuk pada spontanitas tanggapan atau perilaku seseorang atau rangsangan hadir padanya, dan yang tidak kalah penting adalah pengetahuan keagamaan seseorang. Karena pada hakikatnya agama tanpa pengetahuan adalah sesuatu yang kering dan dapat berpotensi menimbulkan kekacauan.

### **2.2.3 Dimensi-Dimensi Religiusitas**

Sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya, ada beberapa dimensi yang harus terlibat dalam religiusitas seseorang. Karena suatu agama atau sistem religi itu akan berjalan secara sempurna jika terpenuhi semua unsur-unsurnya. Jika ada satu

---

<sup>66</sup> Stark, *American Piety: The Nature of Religious Commitment* dalam Saifuddin, *Psikologi Agama: Implementasi Psikologi Untuk Memahami Perilaku Agama*, 55

<sup>67</sup> John E. Fetzer, *Multidimensional Measurement of Religiousness/ Spirituality for Use in Health* (Kalamazo: John E. Fetzer Institute, 1999), 50

unsur yang tidak seimbang atau bahkan cenderung diabaikan, maka sifat religius seseorang akan menjadi tidak kokoh.<sup>68</sup>

### 2.2.3.1 Dimensi Religiusitas Glock & Stark (1965)

Secara spesifik, Glock dan Stark dalam *American Piety: The Nature of Religious Commitment* memaparkan ada lima dimensi religiusitas, antara lain.<sup>69</sup>

#### 1. Dimensi Ideologis/Akidah (*The Ideological Dimension*)

Dimensi pertama adalah dimensi yang berhubungan dengan unsur teologis (keyakinan). Dalam istilah yang lain adalah unsur keesaan Allah (tauhid). Dimensi ini bersifat fundamental yang mengatur hubungan vertikal kepada sang pencipta yang meliputi; keyakinan, keimanan, kepercayaan, kepatuhan, kehambaan, dan seterusnya. Dalam Islam, dimensi ini berkaitan dengan rukun iman yang berisi enam keyakinan, yaitu; keyakinan terhadap keberadaan dan keesaan Allah SWT, keyakinan terhadap malaikat-malaikat, Rasul-rasul, kitab-kitab, hari kiamat, serta qadha dan qadar Allah SWT.

Dalam al-Qur'an ada banyak sekali ayat yang menjadi dasar dari dimensi ini, di antaranya ialah:

رَبُّ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا فَاعْبُدْهُ وَاصْطَبِرْ لِعِبَادَتِهٖ ۗ هَلْ تَعْلَمُ لَهُ سَمِيًّا<sup>70</sup>

“(Dialah) Tuhan (yang menguasai) langit dan bumi dan segala yang ada di antara keduanya, maka sembahlah Dia dan berteguhhatillah dalam beribadah kepada-Nya. Apakah engkau mengetahui ada sesuatu yang sama dengan-Nya?”

#### 2. Dimensi Ritual/Syariah (*The Ritual Dimension*)

Dimensi kedua berkaitan dengan komitmen dan ketaatan terhadap ajaran agama yang diwujudkan dengan melakukan ritual-ritual peribadatan tertentu. Dalam Islam ritual peribadatan tersebut seperti; shalat, puasa, zakat,

<sup>68</sup> Suroso, Ancok, *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, 76

<sup>69</sup> Stark, *American Piety: The Nature of Religious Commitment* dalam Saifuddin, *Psikologi Agama: Implementasi Psikologi Untuk Memahami Perilaku Agama*, 57

<sup>70</sup> QS. Maryam [19]: 65

pergi haji bagi yang mampu, membaca al-Qur'an, berdo'a, berzikir, berkurban, dan lainnya.

Dalam al-Qur'an, yang menjadi dasar dari perintah untuk menjalankan ibadah tersebut ialah:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ<sup>71</sup>

*“Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku”*

### 3. Dimensi Sekuensial/Akhlak (*The Sequential Dimension*)

Dimensi ketiga merujuk pada intensitas seseorang dalam berperilaku yang diinspirasi oleh ajaran-ajaran agamanya. Dalam pengertian yang lain, bagaimana seorang individu berinteraksi dengan dunianya secara baik dan bijak, terutama dengan manusia di sekelilingnya. Dimensi ini menyaratkan adanya sebuah perilaku spontanitas yang dilakukan dalam beberapa bentuk, seperti menolong, bekerjasama, berderma, menegakkan keadilan dan kebenaran, berlaku jujur, memaafkan, tidak suka mencuri, mematuhi norma-norma agama, berjuang untuk hidup sukses, dan sebagainya.

Dalam Islam, hal tersebut telah diatur dalam al-Qur'an, di antaranya:

يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ<sup>72</sup>

*“Allah berfirman, “Wahai para rasul! Makanlah dari (makanan) yang baik-baik, dan kerjakanlah kebajikan. Sungguh, Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”*

### 4. Dimensi Experiensial/Amal (*The Experiential Dimension*)

Dimensi keempat adalah dimensi penghayatan. Yaitu berkaitan besar dengan seberapa dalam seseorang dalam merasakan dan menghayati ajaran-ajaran agamanya. Dalam dimensi ini, seseorang akan dapat diketahui apakah ia benar-benar telah mengalami perasaan-perasaan spiritual dan pengalaman-pengalaman religius atau tidak. Dimensi ini terwujud dalam perasaan dekat atau

---

<sup>71</sup> QS. Adz-Dzariyat [51]: 56

<sup>72</sup> QS. Al-Mu'minum [23]: 51

akrab dengan Tuhan, perasaan tetram Bahagia, perasaan tawakkal, perasaan khusyu' ketika beribadah, dan seterusnya.

Dalam Islam, dimensi ini telah diatur dalam al-Qur'an, di antaranya ialah:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ

إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ<sup>73</sup>

*“Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.”*

##### 5. Dimensi Intelektual/Pengetahuan (*The Intellectual Dimension*)

Dimensi yang terakhir merujuk pada seberapa dalam pengetahuan seseorang terhadap ajaran-ajaran atau nilai-nilai yang agamanya, terutama mengenai ajaran-ajaran pokok agama yang termuat dalam kitab sucinya. Dalam Islam dimensi ini menyangkut pengetahuan tentang kandungan al-Qur'an, pokok-pokok ajaran yang harus dilaksanakan, hukum-hukum Islam, sejarah Islam, dan sebagainya. Tidak hanya itu, dalam dimensi ini juga menyaratkan pengetahuan tentang kondisi dan realitas yang meliputi agama. Hal itu diperlukan agar seseorang tidak hanya terjebak dalam sebuah doktrin agama yang bersifat final dan absolut, akan tetapi ia nantinya lebih bisa bersikap terbuka dan mampu memahami agama dengan berbagai sudut pandang yang kontekstual.

Dalam Islam, dimensi ini telah dimuat dalam al-Qur'an yang berbunyi:

---

<sup>73</sup> QS. Al-Qashash [28]: 77

إِقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (1) خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ (2) اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (3) الَّذِي  
عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (4) عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (5)<sup>74</sup>

“Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang Menciptakan, Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha pemurah, yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam, Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.”

### 2.2.3.2 Dimensi Religiusitas Verbit (1970)

Selain itu, Verbit (1970) dalam *The Components and Dimensions of Religious Behaviour: Toward a Reconceptualization of Religiosity* melengkapi pernyataan Glock and Stark tentang dimensi agama.<sup>75</sup> Ia menulis bahwa agama memiliki enam dimensi, antara lain:

1. *Doctrine*, yaitu dimensi yang berwujud kepercayaan terhadap doktrin agama atau sejenisnya.
2. *Knowledge*, yaitu dimensi religiusitas yang merujuk pada seberapa banyak dan dalam pengetahuan keagamaan seseorang.
3. *Ritual*, yaitu aspek dalam religiusitas yang berkaitan dengan seberapa banyak dan konsisten seseorang dalam melaksanakan ritual peribadatan.
4. *Emotion*, yaitu aspek religiusitas yang berupa dampak emosi akibat telah melaksanakan ritual peribadatan. Aspek ini berkorelasi dengan tingkat penghayatan ketika melakukan ritual peribadatan.
5. *Ethics*, yaitu dimensi religiusitas yang berwujud perilaku yang baik dan beretika sebagai dampak dari rasa keberagamaan.
6. *Community*, yaitu dimensi religiusitas yang berupa keikutsertaan atau partisipasi seseorang dalam kegiatan keagamaan yang juga berhubungan dengan sosial kemasyarakatan. Misalkan, aktif mengikuti organisasi dan komunitas keagamaan, dan lain-lain.

<sup>74</sup> QS. Al-‘Alaq [96]: 1-5

<sup>75</sup> M. F. Verbit, *The Components and Dimensions of Religious Behaviour: Toward a Reconceptualization of Religiosity*, dalam Saifuddin, *Psikologi Agama: Implementasi Psikologi Untuk Memahami Perilaku Agama*, 58.

### 2.2.3.3 Dimensi Religiusitas Olufadi (2017)

Untuk melengkapi konstruk teori dari dimensi religiusitas di atas, peneliti juga menyertakan pandangan yang paling mutakhir dari Yunusa Olufadi (2017) tentang dimensi religiusitas. Olufadi sendiri adalah seorang akademisi dan ilmuwan yang menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) dan pascasarjana (S2) di Universitas Ilorin Nigeria. Setelah memperoleh gelar master di bidang Statistika, Olufadi sempat mengajar di Kwara State University, Malete, Nigeria (2010-2015). Mulai tahun 2016, Olufadi menempuh studi program Doktor di Departemen Ilmu Matematika, jurusan Statistik Terapan di The University of Memphis, Tennessee, Amerika Serikat.<sup>76</sup> Selain sebagai ahli statistic, Olufadi juga seorang muslim yang memiliki pemahaman keislaman yang dalam dan luas. Hal ini tergambar dari alat ukur religiusitas yang dia kembangkan, yaitu MUDRAS (*Muslim Daily Religiosity Assessment Scale*) yang akan dipaparkan lebih jauh dalam bab selanjutnya.

Dalam jurnal *Psychology of Religion and Spirituality*, Olufadi (2017) merumuskan bahwa tingkat religiusitas dapat diidentifikasi dengan tiga dimensi<sup>77</sup>, yaitu:

1. Tindakan berdosa (*sinful acts*), yakni seberapa besar intensitas seorang Muslim melakukan perbuatan dosa besar maupun kecil yang dilarang dalam Islam. Jika seseorang banyak melakukan perbuatan-perbuatan yang melanggar ketentuan Tuhan, hal tersebut akan menggambarkan religiusitas seseorang semakin rendah.
2. Tindakan yang direkomendasikan (*recommended acts*), yakni seberapa besar intensitas seorang Muslim dalam melaksanakan perintah-perintah Allah. Jika seseorang melaksanakan perintah-perintah Tuhannya dengan baik, maka akan menggambarkan bahwa religiusitas seseorang semakin tinggi.

---

<sup>76</sup> Bambang Suryadi, Bahrul Hayat, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran, Dan Implementasi Di Indonesia* (Jakarta: Bibliosmia Karya indonesia, 2021), 37

<sup>77</sup> Bambang Suryadi, Bahrul Hayat, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran, Dan Implementasi Di Indonesia* (Jakarta: Bibliosmia Karya indonesia, 2021), 21



3. Terlibat dalam ibadah/ritual fisik kepada Tuhan (*engaging in bodily worship of God*), yakni seberapa intensif seseorang melakukan ritual ibadah kepada Tuhan, seperti salat, puasa, membaca al-Qur'an, dan lain-lain.

**Tabel 4.1 Perbandingan Dimensi Religiusitas Menurut Glock (1965), Verbit (1970), Olufadi (2017)**

NO	GLOCK (1965)		VERBIT (1970)		OLUFADI (2017)	
	DIMENSI	MAKNA	DIMENSI	MAKNA	DIMENSI	MAKNA
1	<i>Ideology</i>	Keyakinan	<i>Doctrine</i>	Keyakinan	<i>sinful acts</i>	Tindakan berdosa (larangan Tuhan)
2	<i>Ritual</i>	Praktek Ibadah	<i>Ritual</i>	Praktek Ibadah	<i>Recommended acts</i>	Tindakan yang direkomendasikan (perintah Tuhan)
3	<i>Sequential</i>	Akhlak	<i>Ethics</i>	Akhlak	<i>Engaging in bodily worship of God</i>	Intensitas melakukan ritual ibadah kepada Tuhan
4	<i>Experiential</i>	Amal	<i>Emotion</i>	Amal		
5	<i>Intellectual</i>	Pengetahuan Agama	<i>Knowledge</i>	Pengetahuan Agama		
6			<i>Community</i>	Komunitas		

#### 2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas

Menurut Rahmat, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan kejiwaan keagamaan seseorang. Faktor-faktor tersebut terbagi menjadi dua; faktor internal dan faktor eksternal.<sup>78</sup>

##### 1) Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang terbentuk dari dalam diri individu. Adapun yang termasuk dalam faktor internal yaitu:

<sup>78</sup> Rahmat, *Psikologi Agama*, 279-287

- a) Faktor Heriditas, yaitu faktor yang terbentuk bukan karena unsur bawaan yang diwariskan secara turun menurun, melainkan ada unsur lainnya yang mempengaruhi, seperti unsur kognitif, afektif, dan konatif.
- b) Tingkat Usia, yaitu adanya realitas yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara tingkat usia seseorang dengan tingkat kesadaran beragama. Hal ini dapat dilihat dari adanya perbedaan agama pada tingkat usia yang berbeda.
- c) Kepribadian, yaitu basis seseorang yang digunakan untuk membedakan jati diri seseorang. Setiap individu memiliki kepribadian yang berbeda dan hal inilah yang diperkirakan dapat mempengaruhi kejiwaan atau kesadaran beragama seseorang.
- d) Kondisi kejiwaan, yaitu asumsi bahwa seseorang akan mampu beragama jika ia sedang tidak dalam gangguan kejiwaan tak wajar, seperti *schizophrenia*, *paranoia*, *maniac*, dan *infantile autism*.

## 2) Faktor Eksternal

Yaitu faktor yang terbentuk dari luar individu. Menurut Rahmat, hal yang paling memungkinkan dalam faktor eksternal adalah lingkungan. Lingkungan ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu: lingkungan keluarga, lingkungan institusional, dan lingkungan masyarakat.

- a) Lingkungan keluarga. Tidak dapat dipungkiri bahwa keluarga adalah unit terkecil dalam sebuah sistem sosial masyarakat, namun ia memegang peranan yang sangat penting dalam membentuk perilaku, karakter, dan kejiwaan seseorang. Keluarga adalah tempat sosialisasi pertama bagi seseorang untuk mengenal, belajar, dan pembentukan jiwa keagamaan pada tiap individu.
- b) Lingkungan Institusional. Yaitu tempat dengan standar kurikulum tertentu yang memiliki kegiatan pembelajaran dan pengajaran. Lembaga atau institusi adalah tempat kedua yang dinilai berperan penting dalam menanamkan kebiasaan yang baik. Pembiasaan yang baik merupakan bagian pembentukan moral yang mempunyai keterkaitan kuat dengan perkembangan jiwa keagamaan seseorang.

- c) Lingkungan Masyarakat. Setelah seseorang berada dalam kontrol lingkungan keluarga dan institusi, ia kemudian akan hidup dalam lingkungan masyarakat. Norma dan tata nilai dalam masyarakat sedikit besar nantinya akan dapat berdampak bagi perkembangan jiwa keagamaan seseorang, baik dalam bentuk positif ataupun negatif.

Sejalan dengan pendapat Rahmat, Robert H. Thoules secara tipologik mengemukakan bahwa terdapat empat faktor utama yang mempengaruhi religiusitas, antara lain: pengaruh sosial, pengaruh berbagai pengalaman, kebutuhan dan proses pemikiran.<sup>79</sup>

- a) Faktor sosial mencakup seluruh pengaruh sosial dalam perkembangan sikap keberagamaan, seperti pendidikan orang tua, tradisi-tradisi sosial dan tekanan-tekanan lingkungan sosial.
- b) Faktor pengalaman pribadi atau kelompok pemeluk agama. Pengalaman konflik moral dan seperangkat pengalaman batin emosional yang dependen secara langsung dengan Tuhan atau sejumlah wujud yang lain.
- c) Faktor kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi secara sempurna. Kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat dikelompokkan dalam empat bagian; 1) kebutuhan akan keselamatan, 2) kebutuhan akan cinta, 3) kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan 4) kebutuhan yang timbul karena adanya kematian.
- d) Faktor pemikiran yang dimainakn oleh penalaran verbal. Manusia adalah makhluk berpikir. Salah satu akibat dari pemikirannya adalah bahwa ia mendeterminasi dirinya sanggup menentukan keyakinan-keyakinan iman yang harus diterima dan yang harus ditolak.

### **2.2.5 Kematangan dalam Beragama**

Dalam ilmu psikologi, berbicara mengenai religiusitas seseorang, maka tidak lepas dengan pemahaman terhadap kematangan dalam beragama. Pada dasarnya seseorang mengalami tingkat kematangan pada dua sisi; sisi jasmani dan sisi rohani. Sisi jasmani yang dicapai seseorang disebut kedewasaan dan sisi perkembangan

---

<sup>79</sup> Robert H. Thoules, *Marriage and The Family* (New York: Harper and Row Publisher, n.d.).

rohani diukur berdasarkan tingkat kemampuan. Dalam kaitannya dengan sisi rohani inilah salah satu indikator tingkat abilitasnya adalah seseorang akan mengalami tingkat kematangan beragama.<sup>80</sup>

Kematangan beraagama adalah sebuah kemampuan seseorang untuk mengenali dan memahami nilai agama yang luhur dan menjadikannya acuan dalam bersikap dan bertingkah laku. Dalam pengertian yang lain, kematangan beragama tersebut tercermin dari kemampuan seseorang untuk menghayati dan menerapkan nilai-nilai agama yang dianut ke dalam kehidupan sehari-hari. Dari kemampuan tersebut, seseorang kemudian berusaha untuk menjadi penganut yang taat.<sup>81</sup>

Menurut G.W Allport, karakteristik kematangan beragama seseorang dapat diidentifikasi melalui enam ciri khusus, yaitu:<sup>82</sup>

- 1) Diferensiasi Yang Baik, yaitu kemampuan untuk mengakumulasi ruang pengetahuan yang semakin bercabang, bervariasi, dan semakin kompleks. Sehingga hal tersebut akan membentuk pengalaman, rasa, dan kehidupan beragama yang semakin matang dan kaya dan mampu membedakan sesuatu yang baik dan buruk.
- 2) Motivasi Kehidupan Beragama yang Dinamis, yaitu dorongan yang datang dari berbagai aspek, antara lain; aspek biologis seperti rasa lapar, rasa haus, kemiskinan, penderitaan dan sebagainya, aspek psikis seperti kebutuhan kasih sayang, pengembangan diri, rasa ingin tahu, dan sebagainya, aspek sosial, seperti ingin populer, ambisi pribadi akan kebutuhan kekuasaan, dan sebagainya. Motivasi-motivasi tersebut yang juga menjadikan seseorang lebih intens dalam melakukan aktivitas beragama atau terlibat aktif dalam kegiatan sosial keagamaan di masyarakat.
- 3) Pelaksanaan Ajaran Agama secara Konsisten dan Produktif, yaitu parameter kematangan beragama yang dilihat dari konsistensi dan kontinuitas pelaksanaan hidup beragama secara bertanggung jawab dengan mengerjakan perintah agama sesuai kemampuan.

---

<sup>80</sup> Jalaludin Rahmat, *Psikologi Agama: Tingkah Laku Agama Yang Menyimpang* (Palembang: IAIN Raden Fatah Press, 2014), 115

<sup>81</sup> Akmal Hawi, *Seluk Beluk Ilmu Jiwa Agama* (Jakarta: Grafindo Persada, 2014), 82

<sup>82</sup> Noer Rohmah, *Pengantar Psikologi Agama* (Yogyakarta: Teras, 2013), 167-173

- 4) Pandangan Hidup yang Komprehensif, yaitu parameter tentang komprehensivitas pengetahuan agama yang dapat mengarahkan dan menyelesaikan berbagai permasalahan hidup.
- 5) Pandangan Hidup yang Integral, yaitu adanya integrasi antara satu aspek agama dengan aspek yang lain. Hal ini tercermin pada keutuhan pelaksanaan ajaran agama, seperti keterpaduan iman, islam, dan ihsan.
- 6) Semangat Pencarian dan Pengabdian kepada Tuhan, yaitu parameter tentang kematangan beragama yang ditandai dengan adanya semangat mencari kebenaran, keimanan, rasa ketuhanan, dan cara-cara terbaik untuk berhubungan dengan manusia dan alam sekitar.

### **2.3 Sistematika Pembahasan**

Secara umum, sistematika pembahasan dalam penelitian ini mencakup beberapa bab, antara lain:

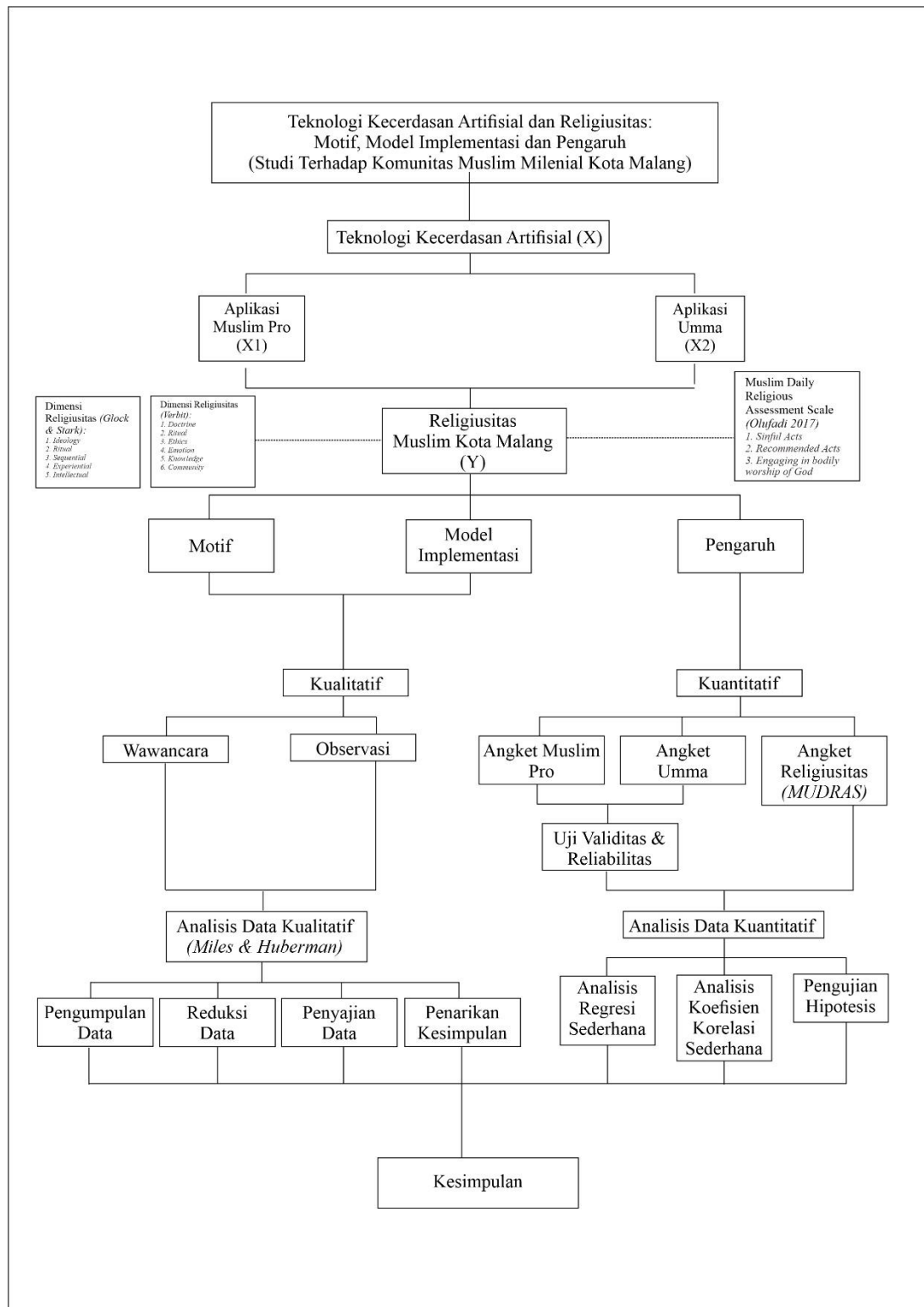
- BAB I, merupakan pendahuluan yang menggambarkan seluruh penelitian ini. Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis penelitian, ruang lingkup penelitian, penelitian terdahulu dan orisinalitas penelitian, dan definisi operasional.
- BAB II, merupakan kajian pustaka yang berisi tentang uraian-uraian konseptual tentang variabel yang akan diteliti. Bab ini meliputi pengertian teknologi kecerdasan artifisial, ruang lingkup teknologi kecerdasan artifisial, konsep dan genealogi teknologi kecerdasan artifisial dalam Alquran, Muslim Pro: teknologi gaya baru dunia Muslim, Umma: teknologi pendukung ibadah Muslim milenial Indonesia, agama dan religiusitas, dan dimensi-dimensi religiusitas.
- BAB III, merupakan metode penelitian yang berisi tentang uraian-uraian metodologis penelitian. Bab ini mencakup desain penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, pengumpulan data, instrumen penelitian, uji validitas dan reabilitas instrument, dan analisis data.

BAB IV, merupakan paparan dan temuan data yang mencakup hasil penelitian kualitatif dan kuantitatif. Bab ini terdiri dari deskripsi data kualitatif dan deskripsi data kuantitatif. Untuk deskripsi data kualitatif terdiri dari hasil wawancara dan untuk deskripsi data kuantitatif terdiri dari data responden, hasil uji validitas dan reliabilitas instrument, tabulasi kuesioner penggunaan aplikasi Muslim Pro, tabulasi kuesioner penggunaan aplikasi Umma, tabulasi kuesioner tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro, tabulasi kuesioner tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma, uji prasyarat, dan uji hipotesis.

BAB V, merupakan pembahasan dan analisis penelitian yang mencakup analisis data tentang rumusan-rumusan masalah yang telah ditetapkan yaitu apa motif-motif penggunaan teknologi kecerdasan artifisial, model implementasinya, dan bagaimana pengaruhnya terhadap religiusitas Muslim milenial Kota Malang. Analisisnya akan memadukan antara kajian pustakan pada bab II dan metode penelitian pada bab III.

BAB V, merupakan penutup yang mencakup sub-bab kesimpulan dari seluruh pembahasan dan saran-saran dari segala kekurangan. Pada akhir bab ini, penulis juga akan mencantumkan daftar Pustaka sebagai dasar literatur.

## 2.4 Kerangka Konseptual



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Desain utama penelitian ini adalah penelitian gabungan atau kombinasi model (*mixed methods*). Dalam operasinya, penelitian ini secara spesifik akan menggunakan paradigma *sequential exploratory research*. Yaitu metode penelitian kombinasi yang menggabungkan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif secara berurutan, di mana pada tahap pertama penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dan pada tahap kedua dilakukan dengan metode kuantitatif.<sup>83</sup>

Adapun penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara-cara kuantifikasi. Penelitian kualitatif dapat menunjukkan kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, pergerakan sosial, dan hubungan kekerabatan. Penelitian kualitatif dieksplorasi dan diperdalam dari fenomena sosial atau lingkungan sosial yang terdiri atas pelaku, kejadian, tempat, dan waktu.<sup>84</sup> Adapun pendekatan kuantitatif digunakan untuk memperoleh data kuantitatif yang terukur yang dapat bersifat deskriptif, komparatif, dan asosiatif.<sup>85</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif terlebih dahulu untuk memfasilitasi penelitian kuantitatif. Oleh karena itu, penelitian terlebih dahulu akan dilakukan dengan wawancara yang mendalam dan terbuka terhadap informan sebagai instrumen pengumpulan data utama dalam metode kualitatif. Metode kualitatif dalam penelitian ini juga menggunakan pendekatan fenomenologi untuk untuk mengungkap motif dan model penggunaan teknologi kecerdasan artifisial dalam bentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma secara mendalam. Lalu, kemudian penelitian dilanjutkan dengan menguji dan menganalisis hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini akan dilakukan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya antara variabel penggunaan teknologi kecerdasan artifisial dan religiusitas.

---

<sup>83</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2018), 473

<sup>84</sup> Fauzan Almanshur M. Djunaedi Ghony, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), 25

<sup>85</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 415



### 3.2 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama, yaitu teknologi kecerdasan artifisial dalam bentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma dan religiusitas Muslim Milenial Kota Malang. Secara operasional variabel perlu didefinisikan yang bertujuan untuk menjelaskan makna variabel penelitian. Variabel dalam penelitian ini yang dimaksud adalah variabel independen yaitu penggunaan teknologi kecerdasan artifisial dalam bentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma, sedangkan variabel dependennya adalah religiusitas Muslim milenial Kota Malang.

Untuk mempermudah analisisnya, masing-masing variabel didefinisikan secara operasional sebagai berikut:

#### **X: Penggunaan Teknologi Kecerdasan Artifisial Berbentuk Aplikasi Muslim Pro dan Umma**

Penggunaan teknologi *artificial intelligence* berbentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma adalah tindakan menggunakan aplikasi Muslim Pro dan Umma, mulai dari awal pengunduhan, pemasangan, dan pemanfaatannya untuk kehidupan beragama sehari-hari secara kontinyu.

#### **Y: Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang**

Religiusitas atau rasa beragama adalah akumulasi dari penghayatan individu terhadap keyakinan dan ritual keagamaan yang meliputi tindakan yang berdosa (*sinful acts*), tindakan yang direkomendasikan (*recommended acts*), dan terlibat dalam ibadah/ritual fisik kepada Tuhan (*engaging in bodily worship of God*).<sup>86</sup>

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subyek peneliti.<sup>87</sup> Dalam penelitian ini, maka populasi yang telah ditentukan adalah seluruh Muslim milenial Kota Malang pengguna Muslim Pro dan Umma yang tersebar dalam komunitas-komunitas tertentu.

---

<sup>86</sup> Bambang Suryadi, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran, Dan Implementasi Di Indonesia*, h. 21

<sup>87</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Yogyakarta: PT Rineka Cipta, 2002), 102

Sampel merupakan sebagian unit populasi yang menjadi objek penelitian untuk memperkirakan katakteristik suatu populasi.<sup>88</sup> Penelitian ini menggunakan teknik sampling purposif (*Purposive Sampling*), yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan menyeleksi orang-orang atas dasar kriteria tertentu yang dibuat berdasarkan tujuan penelitian. Orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut maka tidak dijadikan sampel.<sup>89</sup> Misalnya, jika peneliti ingin meneliti persepsi orang terhadap film A, maka sampelnya adalah orang-orang yang pernah menonton film A. Dalam konteks penelitian ini, maka yang menjadi sampel adalah orang-orang yang menggunakan aplikasi Muslim Pro dan Umma.

Sedangkan mengenai jumlah sampel yang akan diambil, maka peneliti mendasarkan kepada pendapat Suharsimi Arikunto yang menyatakan bahwa, "Apabila subyek penelitian kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semuanya, sehingga penelitiannya adalah populasi." Akan tetapi bila subyeknya lebih dari 100 orang maka dapat diambil 10-15% atau 20-25%.<sup>90</sup>

Adapun populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah masyarakat Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi yang tergabung dalam beberapa komunitas keagamaan di Kota Malang, antara lain Hijrah United dan Yuk Ngaji Malang. Karena anggota dari komunitas-komuntias tersebut berjumlah lebih dari 100, tepatnya kurang lebih 800 orang, maka untuk sampel penelitian, peneliti akan mengambil 12% dari populasi yaitu sejumlah 100 orang dengan rincian 50 orang pengguna aplikasi Muslim Pro dan 50 orang pengguna aplikasi Umma.

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Data adalah hasil pencatatan peneliti, baik yang berupa fakta maupun angka.<sup>91</sup>

#### a. Jenis Data

##### 1) Data kualitatif

- a) Data hasil wawancara dengan beberapa masyarakat Muslim milenial Kota Malang pengguna Muslim Pro dan Umma

---

<sup>88</sup> Rachmat Trijino, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Papas Sinar Sinanti, 2012), 72

<sup>89</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Kuantitatif Dan Kualitatif* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020), h. 317

<sup>90</sup> Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, 116

<sup>91</sup> Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, 99

## 2) Data Kuantitatif

- a) Hasil angket/kuesioner yang telah diperoleh secara online melalui media *Google Form*.

### b. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana diperoleh. Dalam penulisan tesis ini menggunakan sumber data:

#### 1) Sumber Data Primer

Data primer adalah data informasi yang didapatkan tangan pertama dari sumbernya secara langsung.<sup>92</sup> Pada penelitian ini, data utamanya adalah hasil wawancara dan angket skala penggunaan teknologi kecerdasan artifisial yaitu Muslim Pro dan Umma dan skala religiusitas yang telah diisi oleh masyarakat Muslim milenial Kota Malang pengguna Muslim Pro dan Umma.

#### 2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu a) sumber data yang berupa buku-buku serta kepustakaan yang berkaitan dengan objek material, akan tetapi tidak secara langsung merupakan karya tokoh budaya, agama atau filsuf tertentu yang menjadi objek penelitian, b) sumber data yang berupa kepustakaan yang berkaitan dengan objek formal atau buku sebagai pendukung dalam mendeskripsikan objek material penelitian.<sup>93</sup>

Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini antara lain, buku-buku kepustakaan, artikel, internet, dan jurnal tentang teknologi kecerdasan artifisial, religiusitas, dan metode penelitian kombinasi (*mixed method*).

### 3.5 Pengumpulan Data

Agar dalam penelitian ini diperoleh data yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan, maka penulis memilih beberapa teknik dalam pengumpulan data yang relevan dengan permasalahan yang ada. Adapun teknik yang digunakan adalah:

---

<sup>92</sup> Edi Riadi, *Metode Statistika Parametrik Dan Non Parametrik* (Tangerang: Pustaka Mandiri, 2014), 29

<sup>93</sup> Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Interdisiplin Bidang Sosial, Budaya, Filsafat, Seni, Agama, Dan Humaniora* (Yogyakarta: Paradigma, 2012), 89

a. Wawancara (*Interview*)

Metode Interview adalah metode pengumpulan data dengan mengadakan komunikasi langsung secara lisan dengan sumber data (manusia). Wawancara disini akan dilakukan kepada beberapa mahasiswa sebagai objek penelitian sebagai pencocokan kepada hasil angket yang telah didapatkan.<sup>94</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara online yang dilakukan menggunakan aplikasi *Zoom Meeting* dan *Whatsapps Messenger*.

b. Angket/Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui.<sup>95</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner secara online melalui media *Google Form*.

c. Studi Literatur

Yaitu informasi yang didapat dari buku-buku catatan dan sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

### 3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, secara spesifik fenomena ini disebut variabel penelitian.<sup>96</sup> Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner. Instrumen yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, dan lainnya. Peneliti menggunakan metode kuesioner untuk menghimpun sejumlah informasi dari responden yang relevan dengan keperluan peneliti dan agar mendapatkan data dengan reabilitas dan validitas yang akurat.

Untuk mengukur sikap responden terhadap objek penelitian, maka diperlukan skala sikap. Adapun skala yang digunakan dalam instrument ini adalah skala model *Likert*. Adapun skala *Likert* adalah skala pengukuran yang menggunakan sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang dihubungkan dengan penelitian terkait. Tujuan dari skala *Likert* ini adalah untuk menunjukkan sikap setuju atau tidak setuju, positif atau negatif, pro atau kontra, terhadap

---

<sup>94</sup> Suwardi Endraswara, *Metodologi Penelitian Kebudayaan* (Yogyakarta: Pustaka Widyatama, 2006), 142

<sup>95</sup> Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, 124

<sup>96</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Press, 2014), 51

objek penelitian.<sup>97</sup> Dalam kaitannya dengan penelitian ini, maka peneliti akan merumuskan sejumlah pertanyaan atau pernyataan mengenai topik penelitian, dan responden diminta untuk menjawab dalam skala sikap. Sementara skala sikap terdiri dari dua macam, yaitu pernyataan *favorable* (mendukung atau memihak pada objek sikap) yang ditunjukkan dengan penilaian yang bergerak dari angka 4 sampai 1 dan pernyataan *unfavorable* (tidak mendukung objek sikap) yang ditunjukkan dengan penelitian yang bergerak dari angka 1 sampai 4.<sup>98</sup>

### 3.6.1 Instrumen Penggunaan Aplikasi Muslim Pro dan Umma

Untuk mengukur penggunaan aplikasi Muslim Pro dan umma, peneliti berdasar pada uraian-uraian konseptual yang menggambarkan bentuk dan kelebihan aplikasi tersebut pada bab sebelumnya. Secara umum, uraian-uraian tersebut bermuara pada beberapa dimensi, yaitu: dimensi pengetahuan, dimensi manfaat, dimensi kelebihan dan dimensi kekurangan, dan dimensi pengalaman.

#### Modifikasi Instrumen

Dalam melakukan modifikasi instrument, dari dimensi-dimensi yang ada, peneliti membentuk indikator, merubah bentuk aitem dari pertanyaan menjadi pernyataan dan menambahkan aitem pada indikator yang perlu ditambahkan. Selain itu, dalam penelitian ini, peneliti akan merumuskan pernyataan dengan menggunakan model pernyataan *favorable* dengan penilaian yang bergerak dari angka 4 (sangat sesuai) sampai 1 (sangat tidak sesuai). Berikut adalah perincian skor untuk jawaban pernyataan:

**Tabel 5.1 Skor untuk Jawaban Pernyataan Instrumen Penggunaan Aplikasi Muslim Pro dan Umma**

#### Favorable

No	Respon	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3

<sup>97</sup> Morissan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2015), 88

<sup>98</sup> Syaifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 98

3	Kurang Setuju (KS)	2
3	Tidak Setuju (TS)	1
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	0

**Unfavorable**

No	Respon	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	0
2	Setuju (S)	1
3	Kurang Setuju (KS)	2
3	Tidak Setuju (TS)	3
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	4

Adapun kisi-kisi instrumen angket atau kuesioner yang diterapkan dalam mengukur penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma pada masyarakat Muslim milenial Kota Malang dapat di susun dalam tabel *blue print* berikut:

**Tabel 6.1 Blue Print Kisi-Kisi Instrumen Penggunaan Aplikasi Muslim Pro dan Umma**

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Item
1	Muslim Pro	Pengetahuan	Mengetahui tentang aplikasi Muslim Pro	1, 2, 3, 4
		Fungsi	Memberikan kemudahan dalam ibadah	5, 6, 7, 8
			Memberikan manfaat dalam meningkatkan religiusitas	9, 10, 11, 12
		Kelebihan	Fleksibel	13, 14, 15, 16
			Desain tampilan yang estetik atau menarik	17, 18, 19, 20
			Mudah digunakan	21, 22, 23, 24,

			Menunya beragam	25, 26, 27, 28
			Dapat digunakan di mana saja dan kapan saja	29, 30, 31, 32
		Faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi	Menyenangkan	33, 34, 35, 36
			Bepergian	37, 38, 39, 40
			Kekinian/Modern	41, 42, 43, 44
		<b>JUMLAH</b>		<b>44</b>
2	Umma	Pengetahuan	Mengetahui tentang aplikasi Muslim Pro	1, 2, 3, 4
		Manfaat	Memberikan kemudahan dalam ibadah	5, 6, 7, 8
			Memberikan manfaat dalam meningkatkan religiusitas	9, 10, 11, 12
		Kelebihan dan kekurangan	Fleksibel	13, 14, 15, 16
			Desain tampilan yang estetik atau menarik	17, 18, 19, 20
			Mudah digunakan	21, 22, 23, 24,
			Menunya beragam	25, 26, 27, 28
			Dapat digunakan di mana saja dan kapan saja	29, 30, 31, 32
		Faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi	Menyenangkan	33, 34, 35, 36
			Rasa bangga	37, 38, 39, 40
			Kekinian	41, 42, 43, 44
		<b>JUMLAH</b>		<b>44</b>

### 3.6.2 Instrumen Religiusitas

Dalam menguji religiusitas, peneliti menggunakan instrumen penelitian yang paling mutakhir dari Yunusa Olufadi (2017) tentang dimensi religiusitas. Olufadi sendiri adalah seorang akademisi dan ilmuwan yang menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) dan pascasarjana (S2) di Universitas Ilorin Nigeria. Setelah memperoleh gelar master di bidang Statistika, Olufadi sempat mengajar di Kwara State University, Malete, Nigeria (2010-2015). Mulai tahun 2016, Olufadi menempuh studi program Doktor di Departemen Ilmu Matematika, jurusan Statistik Terapan di The University of Memphis, Tennessee, Amerika Serikat.<sup>99</sup> Selain sebagai ahli statistik, Olufadi juga seorang muslim yang memiliki pemahaman keislaman yang dalam dan luas. Hal ini tergambarkan dari alat ukur religiusitas yang dia kembangkan, yaitu MUDRAS (*Muslim Daily Religiosity Assessment Scale*) yang akan dipaparkan lebih jauh dalam bab selanjutnya.

Dalam jurnal *Psychology of Religion and Spirituality*, Olufadi (2017) merumuskan bahwa tingkat religiusitas dapat diidentifikasi dengan tiga dimensi<sup>100</sup>, yaitu:

1. Tindakan berdosa (*sinful acts*), yakni seberapa besar intensitas seorang Muslim melakukan perbuatan dosa besar maupun kecil yang dilarang dalam Islam. Jika seseorang banyak melakukan perbuatan-perbuatan yang melanggar ketentuan Tuhan, hal tersebut akan menggambarkan religiusitas seseorang semakin rendah.
2. Tindakan yang direkomendasikan (*recommended acts*), yakni seberapa besar intensitas seorang Muslim dalam melaksanakan perintah-perintah Allah. Jika seseorang melaksanakan perintah-perintah Tuhannya dengan baik, maka akan menggambarkan bahwa religiusitas seseorang semakin tinggi.
3. Terlibat dalam ibadah/ritual fisik kepada Tuhan (*engaging in bodily worship of God*), yakni seberapa intensif seseorang melakukan ritual ibadah kepada Tuhan, seperti salat, puasa, membaca al-Qur'an, dan lain-lain.

---

<sup>99</sup> Bambang Suryadi, Bahrul Hayat, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran, Dan Implementasi Di Indonesia* (Jakarta: Bibliosmia Karya indonesia, 2021), 37

<sup>100</sup> Bambang Suryadi, Bahrul Hayat, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran, Dan Implementasi Di Indonesia* (Jakarta: Bibliosmia Karya indonesia, 2021), 21



Adapun perincian skor untuk jawaban pernyataan skala religiusitas MUDRAS antara lain:

**Tabel 7.1 Skor untuk Jawaban Pernyataan Instrumen Religiusitas MUDRAS**  
**Aspek 1: *Sinful acts* – Item 14, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, dan 28**  
**(*Unfavorable*)**

No	Respon	Skor
1	Tidak Pernah (TP)	3
2	1x	2
3	2-3x	1
4	L3x	0

**Aspek 2: *Recommended acts* – Item 5 sampai Item 13**  
**Item 5 & 6**

No	Respon	Skor
1	a	0
2	b	1
3	c	2
4	d	3

**Item 7 – item 13 (*Favorable*)**

No	Respon	Skor
1	Tidak Pernah (TP)	0
2	1x	1
3	2-3x	2
4	L3x	3

**Aspek 3: *Engaging in bodily worship of Allah* – Item 1 sampai Item 4**  
**Item 1**

No	Respon	Skor
1	a	0
2	b	1
3	c	2

4	d	3
---	---	---

Item 2 – item 4

No	Respon	Skor
1	0	0
2	1	1
3	2	2
4	3	3
5	4	4
6	5	5

Untuk rincian kisi-kisi pernyataan instrumen religiusitas dapat diamati dalam tabel *blue print* instrument di bawah ini:

**Tabel 8.1 Blue Print Instrumen Religiusitas MUDRAS**

No	Dimensi	Indikator	Item	Jumlah
1	Tindakan berdosa ( <i>sinful acts</i> )	Melakukan segala macam tidak kecurangan atau berbuat tidak adil dalam berbagai macam bentuk	15	10
		Mengkonsumsi barang haram	18	
		Melakukan praktek riba' atau memakan harta riba'	19	
		Mempercayai ramalan	20	
		Memfitnah ataupun mendengar fitnah	21	
		Berlaku mubazir atau berlebihan	23	

		Berprasangka buruk kepada orang lain	24	
		Berjudi	25	
		Memberikan sumpah palsu atas nama Allah	26	
		Mengganggu atau melanggar privasi atau ketentraman orang lain tanpa izin	28	
2	Tindakan yang direkomendasikan ( <i>recommended acts</i> )	Berapa kali anda sudah melaksanakan <i>Nawafil</i> tersebut dalam kegiatan sehari-hari	5	7
		Sudah berapa kali anda bersedekah dalam hari-hari	6	
		Berkata jujur dalam keadaan apapun	7	
		Berbakti kepada orang tua	8	
		Menepati janji	9	
		Mendoakan kedua orang tua	10	
		Ikhlas memohon ampunan-Nya dengan tidak mengulangi kesalahan atau dosa yang sama	11	
3	Terlibat dalam ibadah/ritual fisik kepada Tuhan	Berapa kali anda membaca	1	4

	<i>(engaging in bodily worship of God)</i>	Al-Qur'an dalam satu hari		
		Berapa kali anda melaksanakan salat setiap harinya	2	
		Berapa kali dalam sehari anda melaksanakan salat tepat pada saat awal waktu	3	
		Berapa kali dalam kehidupan sehari-hari anda menempatkan Allah sebagai yang utama dibandingkan kepentingan anda	4	

### 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Secara umum validitas dikatakan sebagai kekuatan kesimpulan, inferensi, atau proporsi dari hasil riset yang sudah kita lakukan yang mendekati kebenaran.<sup>101</sup> Instrumen penelitian yang digunakan memiliki validitas yang tinggi, maka hasil penelitian mampu menjelaskan masalah penelitiannya sesuai dengan keadaan atau kejadian yang sebenarnya.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid/sahih, maka perlu diuji dengan uji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan

<sup>101</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012), 19

dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Adapun ketentuan dari uji validitas ini yaitu:<sup>102</sup>

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan nilai positif, maka butir atau pertanyaan atau indikator dinyatakan valid.
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dan nilai positif atau negatif, maka butir atau pertanyaan atau indikator dinyatakan valid.

Namun, dalam uji validitas ini, peneliti akan menggunakan teknik korelasi *product moment* dan untuk mengetahui apakah korelasi tiap-tiap pertanyaan itu *significant*, maka dapat dilihat pada tabel nilai *product moment* atau menggunakan SPSS untuk mengujinya. Untuk butir pertanyaan tidak valid harus dibuang atau tidak dipakai sebagai instrument pertanyaan.<sup>103</sup>

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama.<sup>104</sup> Menurut Juliansyah bahwa reliabilitas/keterandalan ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana pengukur dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama.<sup>105</sup> Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah uji statistik *Alpha Cronbach*. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan dengan ketentuan jika nilai Alpha  $> 0,60$ , maka butir pernyataan dinyatakan reliabel.

## 3.8 Teknik Analisis Data

---

<sup>102</sup> Abdul Mu'in, "Studi Analisis Religiusitas Mahasiswa FE UNY Yang Menabung Di Bank Syariah", skripsi, (Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), 42

<sup>103</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian, Edisi I* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 132

<sup>104</sup> Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, 51

<sup>105</sup> Noor, *Metodologi Penelitian, Edisi I*, 51

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi, teknik analisis data kuantitatif dan kualitatif. Adapun rincian dari teknik analisisnya sebagai berikut:

### 3.8.1 Analisis Data Kualitatif

Sementara untuk analisis data kualitatif, peneliti menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman yang terdiri atas empat tahapan, yaitu:<sup>106</sup>

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Analisis pada waktu pengumpulan data adalah menangkap inti atau esensi pemikiran keagamaan atau filsafat yang terkandung dalam suatu rumusan verbal kebahasaan.<sup>107</sup>

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian data mentah yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis.<sup>108</sup> Reduksi data ini bertujuan untuk mempertajam, memilih, memokuskan, membuang, dan menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasi.<sup>109</sup>

3. Pemaparan Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Proses *display data* merupakan proses yang sistematis untuk menuju pada proses konstruksi teoritis, karena dengan melakukannya proses analisis *display data*, maka dapat diketahui hubungan antara unsur satu dengan lainnya.<sup>110</sup> Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya.

4. Penarikan/Verifikasi Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu

---

<sup>106</sup> Matthew B. Miles-A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis (Second Edition)* (London: Sage Publications, 1994), 30

<sup>107</sup> Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Interdisiplin Bidang Sosial, Budaya, Filsafat, Seni, Agama, Dan Humaniora*, 175

<sup>108</sup> Emzir, "Metodologi Penelitian Kualitatif (Analisis Data)" (Jakarta: Rajawali Press, 2016), 130

<sup>109</sup> Emzir, "Metodologi Penelitian Kualitatif (Analisis Data)" (Jakarta: Rajawali Press, 2016), 130

<sup>110</sup> Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Interdisiplin Bidang Sosial, Budaya, Filsafat, Seni, Agama, Dan Humaniora*, 177

obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis, dan teori.<sup>111</sup>

### 3.8.2 Analisis Data Kuantitatif

Sebelum melakukan analisis data kuantitatif melalui prosedur uji statistik, data penelitian yang telah dihimpun akan melewati proses pengolahan data terlebih dahulu. Adapun tahapan pengolahan data yang dimaksud, antara lain:

#### 1. *Data Checking*

*Data checking* atau pengecekan data merupakan proses pengolahan data yang bertujuan untuk memeriksa kembali secara konsisten dan meneliti secara detail identitas subjek dan data yang diperlukan dalam analisis data. Adapun data tersebut meliputi lengkap dan tidaknya identitas kuesioner, benar dan tidaknya pernyataan isi kuesioner dan sebagainya.

#### 2. *Editing Data*

*Editing Data* atau penyuntingan data merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mengatur ulang dan memperbaiki data yang telah didapatkan di lapangan. Hal ini penting karena terkadang data yang ada di lapangan masih belum memenuhi harapan peneliti, seperti adanya data yang terlewatkan, tumpang tindih, berlebihan, dan seterusnya.<sup>112</sup>

#### 3. *Coding*

*Coding* merupakan kegiatan merapikan dan merubah data menjadi kode-kode tertentu yang dapat dimanipulasi sesuai dengan prosedur analisis statistik.<sup>113</sup>

#### 4. *Scoring*

---

<sup>111</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Semarang: Duta Grafika, 2015), 252-253

<sup>112</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), h. 182

<sup>113</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), h. 129

*Scoring* merupakan kegiatan memberikan nilai terhadap data yang telah diperoleh di lapangan berdasarkan acuan skor yang telah dibuat.

## 5. *Tabulating*

*Tabulating* atau tabulasi merupakan kegiatan menyediakan data dalam bentuk tabel-tabel agar mudah dalam analisis data, khususnya analisis statistik dan komputer.<sup>114</sup>

Setelah terkumpul, diolah dengan baik dan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas instrumen, data-data penelitian akan dianalisis dengan prasyarat atau uji asumsi klasik, antara lain:

### 3.8.2.1 Uji Asumsi Klasik

#### A. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji data statistik regresi variabel penelitian yang bertujuan untuk mengetahui apakah data memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian yang digunakan adalah *Kolmogorov Smirnov* dengan bantuan program SPSS 25.0. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- a. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data dinyatakan berdistribusi normal
- b. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.<sup>115</sup>

#### B. Uji Homogenitas

Uji homogenitas merupakan uji data statistik yang bertujuan untuk mengetahui variasi data responden berdasarkan hasil angket yang telah diperoleh. Uji homogenitas dalam penelitian ini menggunakan *Levene's test of homogeneity of variance* yang secara khusus dilakukan untuk menguji asumsi Anova bahwa

---

<sup>114</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), h. 129

<sup>115</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), h. 154-156



variabel independent bersifat homogen.<sup>116</sup> Adapun ketentuan dalam Uji Homogenitas *Levene*, yaitu: <sup>117</sup>

- a. Jika nilai signifikansi *Levene statistic* < 0,05, maka data dinyatakan tidak homogen.
- b. Jika nilai signifikansi *Levene statistic* > 0,05, maka data dinyatakan homogen.

### C. Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi merupakan uji data statistik yang bertujuan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel X dan variabel Y. Jika nilai signifikansi masing-masing variabel lebih kecil dari tingkat *alpha* (0,05), maka tidak berkorelasi. Sebaliknya, jika nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari tingkat *alpha* (0,05), maka berkorelasi.

Untuk menentukan tingkat korelasi dan kekuatan hubungan antara variabel penggunaan teknologi kecerdasan artifisial berbentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma (variabel X) dan variabel religiusitas komunitas Muslim milenial (variabel Y) mengacu pada nilai korelasi yang telah ditentukan pada tabel berikut:<sup>118</sup>

No	Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Setelah data dinyatakan normal, homogen, dan memiliki koefisien korelasi, maka tahapan selanjutnya adalah analisis regresi linier sederhana yang digunakan untuk menguji hipotesis dan kemudian dilanjutkan dengan uji koefisien determinasi

<sup>116</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), h. 74-75

<sup>117</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), h. 75

<sup>118</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 184

untuk mengetahui nilai atau besaran pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen.

### 3.8.2.2 Uji Hipotesis

#### A. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan suatu metode yang digunakan untuk pengujian hipotesis penelitian dengan mengukur tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan memprediksi akibat variabel dependen atas variabel independen.<sup>119</sup> Rumus analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS 25. Adapun rumus yang digunakan dalam analisis regresi linier sederhana adalah:<sup>120</sup>

$$Y = \alpha + \beta X$$

Keterangan:

Y = Skor dari variabel dependen

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

X = Skor dari Variabel Independen

Nilai  $\alpha$  dan  $\beta$  dapat dihitung dengan menggunakan rumus di bawah ini:<sup>121</sup>

$$\alpha = \frac{(\sum y) \sum x^2 - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$\beta = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Setelah melakukan analisis regresi linier sederhana, maka tahap selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis penelitian. Pengujian ini dilakukan dengan uji t

---

<sup>119</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif: Menggunakan Prosedur SPSS* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012), h. 181

<sup>120</sup> J. Supranto, *Teori Dan Aplikasi, Edisi VII* (Jakarta: Erlangga, 2009), 181

<sup>121</sup> J. Supranto, *Teori Dan Aplikasi, Edisi VII* (Jakarta: Erlangga, 2009), 186

yaitu dengan membandingkan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Adapun nilai signifikansinya sebesar 5%. Kriteria pengambilan keputusan dari uji hipotesis ini yaitu:

1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  di tolak, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Di dalam penelitian hanya ada satu hipotesis yang benar yaitu, hipotesis yang terbukti atau yang diterima saja. Pembuktian penerimaan hipotesis ditunjukkan oleh tingkat atau taraf signifikan hasil uji statistik yang diperoleh dalam penelitian.

## **B. Uji Koefisien Determinasi**

Uji koefisien determinasi merupakan uji data statistik yang digunakan untuk menentukan nilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dapat dilakukan meskipun variabel independen yang dalam penelitian ini penggunaan teknologi kecerdasan artifisial berbentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yang dalam penelitian ini adalah religiusitas komunitas Muslim Kota Malang.

Tabel 9.1 Jadwal Penelitian

Uraian Kegiatan	Tahun 2021																			
	Februari				Maret				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Studi Literatur																				
Studi Pendahuluan																				
Pembuatan Proposal Tesis																				
Seminar Proposal										7 April										
Revisi Proposal											18-20 April									
Finalisasi Angket Religiusitas (CRS)												21 April								
Pembuatan Angket Penggunaan Muslim Pro dan Umma												22 April								
Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Muslim Pro dan Umma												24-25 April	Sel-Jum, 4-7 Mei							

Sebar Angket Penggunaan Muslim Pro dan Umma														Min-Jum, 9-14 Mei						
Sebar Angket Religiusitas														Sab-Jum, 15-21 Mei						
Wawancara															Sab-Kam, 22-27 Mei					
Analisis Data Kuantitatif															Jum-Sen, 28-31 Mei					
Analisis Data Kualitatif																Sel-Sen, 1-7 Juni	Sel-Sen, 8-14 Juni			
Sidang Tesis																		15 Juni		

## BAB IV

### PAPARAN DAN TEMUAN PENELITIAN

#### 4.1 Profil Komunitas

##### A. Hijrah United

###### 1. Gambaran Umum

Hijrah United merupakan komunitas hijrah yang mempunyai visi dan misi untuk mengajak para kaum milenial kembali mengenal dan menghidupkan ajaran Islam serta membangun *ukhwuah Islamiyah* yang kuat melalui berbagai aktivitas hijrah dan dakwah yang lebih modern. Sebagaimana namanya, Hijrah United terdiri dari kata; Hijrah dan United. Hijrah mempunyai arti berpindah dari sesuatu yang buruk menjadi baik dan United mempunyai arti persatuan. Dalam prakteknya, komunitas Hijrah United ini adalah komunitas induk yang menaungi sekitar 42 komunitas hijrah se-Malang Raya, di antaranya; FUBI (Forum Ukhwuah Pemuda Islam), ABB (Ayo Berani Baik), Ngaji Malang, *Biker Hijrah*, dan lain-lain.<sup>122</sup>

Komunitas ini dibentuk pada tahun 2010 karena dilatarbelakangi oleh keresahan atas banyaknya komunitas hijrah di Malang yang tidak mempunyai satu wadah terpusat dan keresahan tentang adanya ‘gesekan antar guru’ yang disebabkan oleh perbedaan pemahaman terhadap ajaran-ajaran Islam. Dari problematika tersebut, akhirnya tercetuslah gagasan tentang sebuah komunitas besar yang mempunyai tujuan untuk menjalin dan memperkuat *ukhwuah Islamiyah* antar berbagai komunitas se-Malang Raya.<sup>123</sup> Komunitas Hijrah United Malang memiliki akun sosial media Instagram @hijrah.united dengan 9.713 pengikut.

###### 2. Alamat dan Letak Geografis

---

<sup>122</sup> Hendra Ubay, *Youtube*, [https://www.youtube.com/watch?v=4qcZpJ\\_9chk&t=832s](https://www.youtube.com/watch?v=4qcZpJ_9chk&t=832s), diakses pada 1 Agustus 2021, pukul 7.00 WIB

<sup>123</sup> Hendra Ubay, *Youtube*, [https://www.youtube.com/watch?v=4qcZpJ\\_9chk&t=832s](https://www.youtube.com/watch?v=4qcZpJ_9chk&t=832s), diakses pada 1 Agustus 2021, pukul 7.00 WIB

Komunitas ini sifatnya hanya sebagai wadah dari beberapa komunitas hijrah yang ada di Kota Malang, sehingga komunitas ini tidak memiliki kantor atau *basecamp* khusus.

### 3. Struktur Organisasi

Komunitas Hijrah United saat ini dikoordinatori oleh Ustadz Hendra Ubay dengan beberapa sub divisi.

### 4. Program Dakwah

Komunitas Hijrah United memiliki beberapa program dakwah, di antaranya: Ngalam Ngaji Malam, Ngabuburit Seru, Tilawah, dan Musyawarah.

#### a) Ngalam Ngaji Malam

Ngalam Ngaji Malam adalah program yang biasanya dilaksanakan pada Bulan Suci Ramadhan dengan menghadirkan para gurunda dan asatidz. Agendanya setiap satu pekan ada dua pertemuan; setiap hari Rabu dan Sabtu pukul 20.00-21.00 setelah salat tarawih. Topik-topik yang dibahas umumnya seputar Ramadhan dan keistimewaaannya.<sup>124</sup>

#### b) Ngabuburit Seru

Ngabuburit Seru juga program serial yang biasanya dilaksanakan setiap hari pada Bulan Suci Ramadhan. Program ini dimulai pada pukul 15.30 hingga 16.30 sore. Hampir sama dengan program Ngalam Ngaji Malam, program ini mendatangkan berbagai narasumber dari asatidz dan kyai untuk mengisi program yang dimoderatori oleh ketua komunitas.<sup>125</sup>

#### c) Tilawah

Tilawah adalah program khusus yang diselenggarakan untuk memperbaiki dan memperindah bacaan Al-Qur'an. Program ini bisa diikuti

---

<sup>124</sup> <https://www.instagram.com/stories/highlights/17857607269900849/>, diakses pada 3 Agustus 2021, pukul 19.31 WIB

<sup>125</sup> <https://www.instagram.com/stories/highlights/17857607269900849/>, diakses pada 3 Agustus 2021, pukul 19.31 WIB

oleh sejumlah masyarakat Kota Malang. Biasanya program ini dipandu oleh seorang ustadz yang sudah hafal Al-Qur'an 30 Juz dan memiliki suara yang merdu.

d) Musyawarah

Musyawarah adalah program Hijrah United yang bertujuan mengundang beberapa anggota komunitas dakwah se-Kota Malang untuk mengikuti beberapa kegiatan, seperti Kopdar, kumpul bareng, makan bareng dan lain-lain.<sup>126</sup>

## **B. Yuk Ngaji Malang**

### **1. Gambaran Umum**

Komunitas Yuk Ngaji Regional Malang sebenarnya adalah bagian dari komunitas Yuk Ngaji nasional. Yuk Ngaji sendiri merupakan komunitas dakwah nasional yang dibentuk pada 9 Juli 2016 oleh Ustadz Felix Siauw dan beberapa temannya. Komunitas ini telah menyebar ke berbagai kota besar di Indonesia, di antara Bogor, Jakarta, Bandung, Semarang, Solo, Jogja, Surabaya, Palembang, Makassar, Pekanbaru, Medan, Aceh, dan Malang. Bahkan luar Indonesia seperti Hongkong dan Turki. Awal mula komunitas ini diinisiasi secara online, yakni melalui media sosial Instagram.<sup>127</sup>

Latar belakang dibentuknya komunitas Yuk Ngaji ini berangkat dari keresahan beberapa pendiri tentang stigma atau persepsi kebanyakan orang yang mengatakan bahwa mengaji itu aktivitas yang membosankan, membuat kantuk, dan hanya dihadiri oleh kelompok usia tua. Persepsi tersebut kemudian perlahan diubah oleh komunitas Yuk Ngaji dengan cara merekonstruksi pola pemikiran anak muda dan mengajak mereka kembali mengaji dan mengkaji Islam. Komunitas Yuk Ngaji berusaha untuk melakukan pendekatan kepada

---

<sup>126</sup> <https://www.instagram.com/stories/highlights/17857607269900849/>, diakses pada 3 Agustus 2021, pukul 19.31 WIB

<sup>127</sup> Dyka Apriliani Sopian, "Strategi Dakwah Dalam Menerapkan Nilai Ajaran Islam Di Komunitas 'Yuk Ngaji' Wilayah Bandung," *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 1 (2019), h. 5



anak muda agar tertarik untuk mengaji, baik secara online ataupun offline. Komunitas Yuk Ngaji Malang memiliki akun sosial media Instagram @yukngajimlg dengan 12.100 pengikut.<sup>128</sup>

## 2. Alamat dan Letak Geografis

Yuk Ngaji Malang Regional Malang mempunyai sekretariat atau tempat berkumpul komunitas yang disebut rumah Ilmu. Rumah ilmu Yuk Ngaji Regional Malang berada di Khull Bengkel, Jl. Raya Candi VB No.mor 61, Karangbesuki, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65146. Letaknya berada di sebelah utara Uni Ice Cream, di sebelah selatan Toko Umma Toserba, di sebelah barat Toko Amanah Bu Suryati, dan di sebelah timur Toko Istiwomah Minimarket.<sup>129</sup>

## 3. Struktur Organisasi

Komunitas Yuk Ngaji Malang dikoordinatori oleh Ansari Abu Wafa dan mempunyai memiliki beberapa divisi komunitas. Akan tetapi, berdasarkan informasi yang diperoleh, karena seringnya ada pergantian kepengurusan, koordinator setiap devisi relatif tidak tetap dan tidak bisa disebutkan dalam penjelasan ini.<sup>130</sup>

## 4. Program Dakwah

Sesuai dengan visi dan misinya, komunitas ini ingin membentuk individu beragama Islam yang menjalankan agama Islam secara totalitas dengan berlomba-lomba dalam kebaikan serta menjadikan dakwah sebagai prinsip utama. Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut, komunitas Yuk Ngaji

---

<sup>128</sup> Dyka Apriliani Sopian, "Strategi Dakwah Dalam Menerapkan Nilai Ajaran Islam Di Komunitas 'Yuk Ngaji' Wilayah Bandung," *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 1 (2019), h. 6

<sup>129</sup> <https://www.google.com/maps/dir/-7.9336343,112.5841074/-7.9577977,112.6020679/@-7.957723,112.6017938,21z/data=!4m4!4m3!1m1!4e1!1m0?hl=id>, diakses pada 20 Juli 2021, pukul 10.00 WIB

<sup>130</sup> Ahmad Ansari, *Wawancara*, Malang, 28 Juli 2021

Malang mempunyai beberapa program dakwah yang secara garis besar dilakukan secara *offline* dan *online*. Adapun dakwah *online* berlangsung dengan memposting berbagai konten berbentuk foto dan video melalui media sosial Instagram dan Youtube. Sedangkan untuk dakwah *offline* berlangsung dengan tatap muka secara klasikal, di antaranya: Kelas Eksekutif Yuk Ngaji (KEY).<sup>131</sup>

Materi dalam KEY terklasifikasikan menjadi empat sesi dan berjalan secara berurutan dan terstruktur. Artinya, siapa saja yang ingin mengikuti KEY, maka diwajibkan untuk hadir pada sesi pertama terlebih dahulu, setelah itu baru diperbolehkan untuk melanjutkan ke sesi berikutnya. Adapun sesi materi-materi KEY, antara lain:

a) Sesi Aqidah

Pada sesi aqidah, secara umum tema yang akan dibahas adalah tentang “mengapa kita harus memilih Islam?”. Dalam pelaksanaannya, sesi ini akan terdiri dari empat judul materi yang semuanya berbicara tentang aqidah Islam.<sup>132</sup>

b) Sesi Hijrah

Pada sesi hijrah, tema utama yang akan dibahas adalah tentang tahapan-tahapan hijrah. Sesi ini akan berlangsung selama empat kali pertemuan dengan empat judul materi.<sup>133</sup>

c) Sesi Sejarah

Pada sesi sejarah, tema utama yang akan dibahas adalah poin-poin penting dalam sejarah-sejarah Islam yang diawali dengan bagaimana awal mula Rasulullah SAW berdakwah hingga mendirikan *Daulah* Islam di

---

<sup>131</sup> Sopian, “Strategi Dakwah Dalam Menerapkan Nilai Ajaran Islam Di Komunitas ‘Yuk Ngaji’ Wilayah Bandung.”, h. 6

<sup>132</sup> Sopian, “Strategi Dakwah Dalam Menerapkan Nilai Ajaran Islam Di Komunitas ‘Yuk Ngaji’ Wilayah Bandung.”, h. 7

<sup>133</sup> Sopian, “Strategi Dakwah Dalam Menerapkan Nilai Ajaran Islam Di Komunitas ‘Yuk Ngaji’ Wilayah Bandung.”, h. 8

Madinah, masa Khulafaur Rasyidin, dan masa-masa kekhalifahan selanjutnya hingga runtuhnya kekhalifahan Islam.<sup>134</sup>

d) Sesi Dakwah

Pada sesi dakwah, tujuan utamanya adalah untuk memberikan stimulasi kepada para sahabat “Yuk Ngaji” agar semangat untuk berdakwah demi kebangkitan dan kejayaan kembali Islam hingga mendapatkan predikat khoirul Ummah yang sesuai dengan ajaran Al-Qur’an dan As-Sunnah. Sesi dakwah ini terdiri dari beberapa kelas, antara lain: Yuk Ngaji *Exclusive Sessions* (YES), kelas Pranikah, *Hangout*, dan *Meet Up*.<sup>135</sup>

## 4.2 Deskripsi Data Kualitatif

### 4.2.1 Hasil Wawancara

Dari wawancara yang telah dilakukan terhadap 16 subjek pengguna, peneliti memperoleh beberapa data berdasarkan konstruksi pemahaman subjek yang berhubungan dengan penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma. Data-data yang terkumpul sangat beragam dan menunjukkan karakteristik yang relatif berbeda sesuai dengan motif dan kebutuhan dari setiap penggunanya. Subjek-subjek yang diwawancara juga berasal dari latar belakang sosiodemografi yang cukup variatif. Mereka tidak hanya masyarakat yang berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa, melainkan juga berstatus sebagai pegawai suatu perusahaan tertentu, Pegawai Negeri Sipil, dan seorang wiraswasta. Dari aspek pendidikan juga turut mempengaruhi pemahaman dan motif penggunaan dari aplikasi tersebut.

---

<sup>134</sup> Sopian, “Strategi Dakwah Dalam Menerapkan Nilai Ajaran Islam Di Komunitas ‘Yuk Ngaji’ Wilayah Bandung.”, h. 8

<sup>135</sup> Sopian, “Strategi Dakwah Dalam Menerapkan Nilai Ajaran Islam Di Komunitas ‘Yuk Ngaji’ Wilayah Bandung.”, h. 8

Beberapa pemahaman tersebut kemudian menghasilkan beberapa kategori data yang kompleks. Setiap pemahaman satu subjek mengindikasikan satu kategori berbeda yang nantinya akan dikelompokkan berdasarkan substansi kategori yang sama. Dari kategori-kategori data tersebut, peneliti memungkinkan untuk merumuskan proposisi-proposisi yang dapat dieksplorasi lebih lanjut secara teoritis dalam bagian pembahasan.

Adapun gambaran umum subjek-subjek yang menjadi narasumber dalam wawancara ini disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 10.1**  
**Gambaran Umum Subjek Pengguna Aplikasi Muslim Pro**

No	Nama	Jenis Kelamin	Tempat Tanggal Lahir	Alamat	Komunitas	Pendidikan	Pekerjaan	Frekuensi Penggunaan
1	Farah Fauzia Maulahibati	Perempuan	Kediri, 14 Oktober 1999	Jl. Gajayana No. 50 (MSA A)	Hijrah United	S1, Biologi, UIN Malang	Mahasiswa	Sejak 2018
2	Aulia Ananda Salsabila	Perempuan	Probolinggo, 21 Desember 1999	Jl. Rayacandi VI Pesona Bougen ville Regency A-2 Lowokwaru - Malang	Hijrah United	Semester 6, Teknik informatika, UIN Malang	Mahasiswa	Sejak 2018
3	Ira Rahmatia	Perempuan	Sulawesi, 26 Desember 1997	Dampit	Yuk Ngaji Malang	D3 Teknik Kimia	Wiraswasta, Penulis	Sejak 2021
4	Dony Cahyono	Laki-Laki	Tuban, 22 Oktober 1995	Jl. Gajayana No. 50 (MSA A)	Yuk Ngaji Malang	S1, Sasing UIN Malang	Digimarketer	Sejak 2017
5	Futna Naufa	Perempuan	Blitar, 25 Juni 1998	Jl. Ir Soekarno No 1 Dadaprejo	Hijrah United	Farmasi UIN Malang	Mahasiswa	Sejak 2017

				Junrejo Batu				
6	Muhammad Fath	Laki-Laki	Makasar, 15 Juni 2002	Jl. Gajayana No. 50 (MSA A)	Yuk Ngaji Malang	S1, PBA, UIN Malang	Mahasiswa	Sejak 2018
7	Muhammad Guntur	Laki-Laki	Pasuruan 13 Maret 1993	Perumahan E1 Dusun Kalianyar Desa Sidoda di Kecamatan Lawang	Hijrah United	S1, Teknik Sipil, Univ Wisnuwardhana	Research & Development Unggul Putra Samudra	Sejak 2017
8	Nelva Kirana	Perempuan	Sidoarjo, 3 September 1998	Jl. Cengger Ayam A no 1	Yuk Ngaji Malang	S1, Manajemen Pemasaran, Universitas Petra Surabaya	Mahasiswa	Sejak 2009

**Tabel 10.2**  
**Gambaran Umum Subjek Pengguna Aplikasi Umma**

No	Nama	Jenis Kelamin	Tempat Tanggal Lahir	Alamat	Komunitas	Pendidikan	Pekerjaan	Frekuensi Penggunaan
1	A. Nahdiyatul Ummah. Y	Perempuan	Jenepon to, 13-September-2003	Jl. Gajayana No. 50 (MSAA)	Hijrah United	S1, PBA, UIN Malang	Mahasiswa	Sejak 2019
2	Diana Widayati	Perempuan	Malang, 09 Maret 2000	Dusun Sumberayu Rt 1 Rw 24, Desa Pamotan Kecamatan Dampit Kab. Malang	Yuk Ngaji Malang	S1, UIN Malang	Mahasiswa	Sejak 2020
3	Fazya	Perempuan	Pati, 11 Juni 2001	Jl. Perum Graha Dewata Dusun Klandungan, Landungsari	Hijrah United	Semester 2, HES UIN MALANG	Mahasiswa	Sejak 2019 (Awalnya Muslim Pro terus beralih ke Umma di bulan Mei 2021)
4	Fadillah Ahmad Nur	Laki-Laki	Sumbawa, 13 November 1998	Jl. Raya Jetis Rt 4 Rw 10 Mulyo	Hijrah United	PAI - UMM	Mahasiswa	Sejak 2019

				Agung Kec Dau Kab Malang				
5	Lovenia Ihsan	Perempuan	Gresik, 31 Desemb er 2000	Jl. Gajayana No. 50 (MSAA)	Yuk Ngaji Malang	S1, Sastra Inggris, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	Mahasisw i	Sejak 2019
6	Moh. Zayyadi	Laki-Laki	Sumene p, 29 Oktober 1995	Wisma Takmir Masjid At- Tarbiyah UIN Malang	Yuk Ngaji Malang	Pascasar jana (S2), PBA dan UIN Malang	Mahasisw a	Sejak 2020
7	Nur Hamidi Azim	Laki-Laki	Malang, 27 Desemb er 1997	Jl. Bend. Riamkana n C1	Hijrah United	S1, al- Hikam Malang	Wiraswast a	Sejak 2020
8	Iriansyah Pradana	Laki-Laki	Jayapur a 12 Desemb er 2000	Jl. Gajayana No. 50 (MSAA)	Hijrah United	S1, IAT UIN Malang	Mahasisw a	Sejak 2019

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh data bahwa ada sejumlah pengguna aplikasi Muslim Pro dan Umma dengan karakteristik sosiodemografi yang berbeda-beda. Adapun untuk pengguna aplikasi Muslim Pro terdapat 8 orang yang menjadi sumber data, yaitu:

#### *Subjek 1*

Farah Fauzia Maulahibati (FFM), seorang perempuan yang berusia 22 tahun. Ia seorang mahasiswi Jurusan Biologi, UIN Malang yang tergabung dalam komunitas Hijrah United Malang. Sekarang ia berdomisili di Jl. Gajayana No. 50, Malang Ia menggunakan aplikasi Muslim Pro sejak tahun 2018.

#### *Subjek 2*

Aulia Ananda Salsabila (AAS), seorang perempuan yang berusia 22 tahun. Ia seorang mahasiswi Jurusan Teknik Informatika, UIN Malang yang tergabung dalam komunitas Hijrah United Malang. Sekarang ia berdomisili di Jl. Raya Candi VI Pesona Bougenville Regency A-2 Lowokwaru, Malang. Ia menggunakan aplikasi Muslim Pro sejak tahun 2018.

### *Subjek 3*

Ira Rahmatia (IR), seorang perempuan yang berusia 22 tahun. Ia seorang wiraswasta dan penulis yang tergabung dalam komunitas Yuk Ngaji Malang. Sebelumnya, ia menamatkan kuliahnya di Jurusan Teknik Kimia. Sekarang ia berdomisili di Dampit, Malang. Ia menggunakan aplikasi Muslim Pro sejak tahun 2021.

### *Subjek 4*

Dony Cahyono (DC), seorang laki-laki yang berusia 25 tahun. Ia seorang digimarketer yang tergabung dalam komunitas Yuk Ngaji Malang. Sebelumnya, ia menamatkan kuliahnya di Jurusan Sastra Inggris, UIN Malang. Sekarang ia berdomisili di Jl. Gajayana No. 50, Lowokwaru Malang. Ia menggunakan aplikasi Muslim Pro sejak tahun 2017.

### *Subjek 5*

Futna Naufa (FN), seorang perempuan yang berusia 23 tahun. Ia seorang mahasiswi Jurusan Farmasi, UIN Malang yang tergabung komunitas Yuk Ngaji Malang. Sekarang ia berdomisili di Jl. Ir Soekarno No 1 Dadaprejo Junrejo Batu. Ia menggunakan aplikasi Muslim Pro sejak tahun 2017.

### *Subjek 6*

Muhammad Fath (MF), seorang laki-laki yang berusia 19 tahun. Ia seorang mahasiswi Jurusan Pendidikan Bahasa Arab, UIN Malang yang tergabung dalam komunitas Hijrah United Malang. Sekarang ia berdomisili di Jl. Gajayana No. 50, Lowokwaru Malang. Ia menggunakan aplikasi Muslim Pro sejak tahun 2018.

### *Subjek 7*

Muhammad Guntur (MG), seorang laki-laki yang berusia 28 tahun. Ia seorang karyawan bagian *Research & Development* Unggul Putra Samudra yang tergabung dalam komunitas Hijrah United Malang. Sebelumnya, ia mahasiswa Jurusan Teknik Sipil, Universitas Wisnuwardhana. Sekarang ia berdomisili di Perumkalianyar permai E1 Dusun Kalianyar Desa Sidodadi Kec Lawang. Ia menggunakan aplikasi Muslim Pro sejak tahun 2017.

### *Subjek 8*

Nelva Kirana (NK), seorang perempuan yang berusia 23 tahun. Ia seorang mahasiswi Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Petra Surabaya yang tergabung dalam komunitas Yuk Ngaji Malang. Sekarang ia berdomisili di Jl. Cengger Ayam A No 1, Malang. Ia menggunakan aplikasi Muslim Pro sejak tahun 2010.

Sedangkan untuk pengguna aplikasi Umma juga terdapat 8 orang yang menjadi sumber data, yaitu:

### *Subjek 1*

A. Nahdiyatul Ummah. Y (NU), seorang perempuan yang berusia 18 tahun. Ia seorang mahasiswi Jurusan Pendidikan Bahasa Arab, UIN Malang yang tergabung dalam komunitas Hijrah United Malang. Sekarang ia berdomisili di Jl. Gajayana No. 50, Malang. Ia menggunakan aplikasi Umma sejak tahun 2019.

### *Subjek 2*

Diana Widayati (DW), seorang perempuan yang berusia 21 tahun. Ia seorang mahasiswi UIN Malang yang tergabung dalam komunitas Yuk Ngaji Malang. Sekarang ia berdomisili di Jl. Gajayana No. 50, Malang. Ia menggunakan aplikasi Umma sejak tahun 2020.

### *Subjek 3*

Fazya (FA), seorang perempuan yang berusia 19 tahun. Ia seorang mahasiswi UIN Malang yang tergabung dalam komunitas Hijrah United Malang. Sekarang ia berdomisili di Jl. Perum Graha Dewata Dusun Klandungan, Landungsari, Malang. Ia menggunakan aplikasi Umma sejak tahun 2019.

### *Subjek 4*

Fadillah Ahmad Nur (FAN), seorang laki-laki yang berusia 23 tahun. Ia seorang mahasiswa Jurusan Pendidikan Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Malang yang tergabung dalam komunitas Hijrah United Malang. Sekarang ia berdomisili di Jl. Raya Jetis Rt 4 Rw 10 Mulyo Agung Kec Dau Kab Malang. Ia menggunakan aplikasi Umma sejak tahun 2019.



#### *Subjek 5*

Lovenia Ihsan (LI), seorang perempuan yang berusia 21 tahun. Ia seorang mahasiswa Jurusan Sastra Inggris, UIN Malang yang tergabung dalam komunitas Yuk Ngaji Malang. Sekarang ia berdomisili di Jl. Gajayana No. 50, Malang. Ia menggunakan aplikasi Umma sejak tahun 2019.

#### *Subjek 6*

Moh. Zayyadi (MZ), seorang laki-laki yang berusia 25 tahun. Ia seorang mahasiswa pascasarjana Magister Pendidikan Bahasa Arab, UIN Malang yang tergabung dalam komunitas Yuk Ngaji Malang. Sekarang ia berdomisili di Jl. Gajayana No. 50, Malang. Ia menggunakan aplikasi Umma sejak tahun 2019.

#### *Subjek 7*

Nur Hamidi Azim (NHA), seorang laki-laki yang berusia 24 tahun. Ia seorang mahasiswa Jurusan Pendidikan Agama Islam, Al-Hikam Malang yang tergabung dalam komunitas Hijrah United Malang. Sekarang ia berdomisili di Jl. Bend. Riamkanan C1, Malang. Ia menggunakan aplikasi Umma sejak tahun 2020.

#### *Subjek 8*

Iriansyah Pradana (IP), seorang laki-laki yang berusia 21 tahun. Ia seorang mahasiswa Jurusan Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, UIN Malang yang tergabung dalam komunitas Hijrah United Malang. Sekarang ia berdomisili di Jl. Gajayana No. 50, Malang. Ia menggunakan aplikasi Umma sejak tahun 2019.

### **4.2.2 Karakteristik Penggunaan Teknologi Kecerdasan Artifisial Berbentuk Aplikasi Muslim Pro dan Umma**

Aplikasi Muslim Pro dan Umma pada prinsipnya dirancang untuk memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam menunaikan ritual ibadah umat Islam secara keseluruhan. Terlebih lagi jika aplikasi-aplikasi tersebut dibekali dengan teknologi informasi dan teknologi kecerdasan artifisial. Hal tersebut semakin membuat kedua aplikasi ini banyak diminati dan dipercayai oleh jutaan umat Islam di seluruh dunia. Tidak terkecuali negara Indonesia yang

terdiri dari 7 pulau, 34 provinsi, 416 kabupaten, dan 98 kota. Termasuk di dalamnya Kota Malang.

Popularitas aplikasi Muslim Pro dan Umma sebagai media religious baru umat Islam menjadikan banyak pengguna menggunakannya untuk berbagai kebutuhan dan keperluan ibadah sehari-hari. Secara umum, karakteristik penggunaan aplikasi Muslim Pro dapat dikelompokkan menjadi lima kategori berdasarkan frekuensi dan durasi penggunaannya, antara lain; 1) penggunaan aplikasi Muslim Pro sebagai media pendukung umat Islam dalam beribadah, 2) penggunaan aplikasi Muslim Pro sebagai media alternatif untuk mengingat Allah, 3) penggunaan aplikasi Muslim Pro untuk membaca dan mendengarkan Al-Qur'an secara digital, 4) penggunaan aplikasi Muslim Pro untuk mencari dan memperoleh pengetahuan tentang Islam, 5) penggunaan aplikasi Muslim Pro untuk membentuk citra modern dalam diri seorang Muslim atau Muslimah, dan 6) penggunaan aplikasi Muslim Pro sebagai episentrum interaksi umat Islam dalam Dunia Maya.

Karakteristik-karakteristik tersebut telah terkonfirmasi oleh pengakuan dari beberapa subjek yang juga sebagai pengguna aplikasi Muslim Pro. *Yang pertama*, penggunaan aplikasi Muslim Pro sebagai media pendukung umat Islam dalam beribadah sejalan dengan pernyataan dari lima subjek; FFM, IR, FN, MG, dan NK yang mengatakan:

“Yang saya tau, aplikasi Muslim Pro itu *ngebantu* orang-orang agar ibadahnya semakin baik, karena di aplikasi Muslim Pro ada pengingat waktu salat. Biasanya kalau sudah mendekati masuk waktu salat, lihat aplikasi Muslim Pro. Kemudian juga kalau waktu tidak bawa Al-Qur'an, biasanya lihatnya aplikasi ini”

“Muslim Pro adalah aplikasi yang memiliki banyak fitur dan berbeda dengan yang lain. Dengan aplikasi ini, kita bisa tahu arah kiblat, apalagi waktu di tempat-tempat terpencil. Yang kedua ada fitur adzannya. Kita *kan* sering lalai waktu salat wajib *tuh*, nah dengan aplikasi ini kita bisa menunaikan salat lima waktu dengan tepat waktu. Kemudian juga ada fitur Al-Qur'an, jadi kita bisa membaca Al-Qur'an dengan mudah melalui aplikasi ini”

“Muslim Pro itu sebuah aplikasi pendukung bagi Muslim, di mana banyak terdapat fitur, seperti waktu salat, Al-Qur’an digital yang disertai tajwid berwarna dan juga disertai dengan fitur tasbeih digital”

“Muslim Pro adalah aplikasi yang memudahkan saya ketika di luar kota saat mencari arah kiblat. Di dalamnya juga menyediakan fitur yang sangat lengkap. Di dalamnya terdapat fitur Al-Qur’an digital, jadi saya bisa menggunakannya untuk *murojaah*, *hataman*, lalu juga ada fitur doa sehari-hari, dan lainnya”

“Aplikasi Muslim Pro itu *ngebantu* saya untuk melihat waktu salat, kemudian juga kadang ada bacaan-bacaannya, tapi gk pernah saya pake *sih*, dan ada fitur Al-Qur’an digitalnya”

*Yang kedua*, penggunaan aplikasi Muslim Pro sebagai media alternatif untuk mengingat Allah sejalan dengan pernyataan dari tujuh subjek; FFM, AAS, IR, DC, FN, MG, NK yang mengatakan:

“Iya, saya mudah mengingat Allah dengan aplikasi Muslim Pro. Karena saya sering diingatkan oleh aplikasi ini. Tiap hari muncul *quote-quote* atau notif-notif *gitu*, waktu malam terutama. Jadi, bisa selalu inget sama Allah”

“Insya Allah, melalui aplikasi Muslim Pro saya dapat mengingat Allah”

“Insya Allah, iya. Karena fitur adzannya dapat mengingatkan kita salat dan sangat berpengaruh juga. Begitu pula audio Al-Qur’annya, dapat kita putar waktu kita mau tidur, beraktivitas, dan lain-lain”

“Untuk salat, iya. Untuk reminder baca Al-Qur’an, juga iya. Terutama waktu malam-malam itu *kan* ada notif suruh baca Al-Qur’an juga”

“Ya, sangat membantu kita untuk selalu mengingat Allah. Didukung juga fitur adzan, sehingga kita bisa menjalankan ibadah salat di awal waktu”

“Menurut saya, untuk mengingaat Allah itu berawal dari iman kita masing-masing. Tp, aplikasi ini dapat memudahkan kita untuk menjadi lebih dekat kepada Allah, memudahkan kita untuk beribadah kepada Allah”

“Iya tentu. Karena itu tadi, ada fitur waktu salat, kemudian wktu haji tahun 2019 dulu juga menggunakan Muslim Pro, ada bacaan-bacaannya, meski tidak terlalu lengkap, tapi berguna banget”

*Yang ketiga*, penggunaan aplikasi Muslim Pro untuk membaca dan mendengarkan Al-Qur’an secara digital sejalan dengan pernyataan dari lima subjek; FFM, AAS, IR, FN, dan MF yang mengatakan:

“Dulu awalnya, kalo di jurusan saya, Biologi itu tiap pagi baca Al-Qur’an, kalo bawa Al-Qur’an biasa itu kan ribet, jadi akhirnya memakai Muslim Pro”

“Saya gunakan aplikasi Muslim Pro untuk membaca Al-Qur’an secara digital, dan juga untuk mengetahui waktu salat di mana pun saya berada”

“Memudahkan kita untuk baca Al-Qur’an, di mana pun kita bisa gunakan fitur-fiturnya. Jika kita tidak bisa baca Al-Qur’an, kita bisa dengerin audio Al-Qur’annya”

“Karena Muslim Pro menyediakan fitur Al-Qur’an digital, jadi kita bisa baca Al-Qur’an di mana pun dan kapan pun. Kemudian di dalamnya juga terdapat aksara arab, terjemahan, dan tajwid berwarna. Yang terakhir itu menarik karena dapat mempermudah pembaca untuk memperbaiki dan memperbagus bacaannya”

“Fitur Al-Qur’an-nya. Biasanya kalau saya *safar*, saya baca Al-Qur’an lewat aplikasi Muslim Pro”

*Yang keempat*, penggunaan aplikasi Muslim Pro untuk mencari dan memperoleh pengetahuan tentang Islam sejalan dengan pernyataan dari tiga subjek; IR, MG, dan NK yang mengatakan:

“Kalau saya jarang gunakan fitur yang ini ya. Tapi, saya sering lihat di *timeline*-nya. Di situ saya bisa lihat pesan-pesan islami, doa-doa, dan kandungan-kandungan ayat *gitu*”

“Dengan aplikasi tersebut, insya Allah saya lebih mudah mendapatkan informasi-informasi seputar Islam, karena setiap harinya terdapat notif-notif yang berisi kandungan-kandungan ayat, hadis, ataupun kalimat-kalimat inspiratif yang islami”

“Kalau mencari informasi, *engga*, karena lebih enak *searching* biasa. Tapi, kalau mendapatkan informasi, iya, karena sering muncul notif-notif *gitu*”

*Yang kelima*, penggunaan aplikasi Muslim Pro untuk membentuk citra modern dalam diri seorang Muslim atau Muslimah sejalan dengan pernyataan dari empat subjek; FFM, AAS, DC, dan MF yang mengatakan:

“Iya, *ngrasa*. Karena hampir semua teman-teman *kan* gunakan juga, jadi *gak* ketinggalan zaman”

“Ya, saya merasa begitu. Karena dengan gunakan aplikasi Muslim Pro, saya bisa mengikuti perubahan zaman dengan baik”

“Karena tidak ada aplikasi yang serupa, menurut saya, iya. Aplikasi ini perlu untuk seorang Muslim atau Muslimah modern”

“Iya, mungkin seperti itu. Dan juga karena mengikuti zaman”

*Yang keenam*, penggunaan aplikasi Muslim Pro untuk media interaksi dan membangun relasi dengan sesama Muslim atau Muslimah sejalan dengan pernyataan dari MG yang mengatakan:

“Alhamdulillah, aplikasi ini memudahkan kita untuk sharing, kirim-kirim doa kepada sesama. Dan juga memudahkan untuk berinteraksi”

Adapun karakteristik penggunaan aplikasi Umma dapat dikelompokkan menjadi tujuh kategori berdasarkan frekuensi dan durasi penggunaannya, antara lain; 1) penggunaan aplikasi Umma sebagai media pendukung umat Islam dalam beribadah, 2) penggunaan aplikasi Umma sebagai media alternatif untuk mengingat Allah, 3) penggunaan aplikasi Umma untuk membaca dan mendengarkan Al-Qur'an secara digital, 4) penggunaan aplikasi Umma untuk mencari dan memperoleh pengetahuan tentang Islam, 5) penggunaan aplikasi Umma untuk membentuk citra modern dalam diri seorang Muslim atau

Muslimah, dan 6) penggunaan aplikasi Umma sebagai episentrum interaksi umat Islam dalam Dunia Maya.

Karakteristik-karakteristik tersebut telah terkonfirmasi oleh pengakuan dari beberapa subjek yang juga sebagai pengguna aplikasi Umma. *Yang pertama*, penggunaan aplikasi Umma sebagai media pendukung umat Islam dalam beribadah sejalan dengan pernyataan dari enam subjek; NU, DW, FA, FAN, NHA, dan IP yang mengatakan:

“Umma adalah aplikasi yang dapat bermanfaat bagi umat Muslim karena bisa memudahkan untuk salat lima waktu, membaca Al-Qur’an, menonton ceramah, atau menambah ilmu”

“Menurut saya aplikasi ini bukan hanya berisi konten yang memudahkan dalam beribadah, tapi aplikasi ini juga bisa menjadi alarm, kapan waktunya salat, kapan waktunya baca Al-Qur’an, dan lain-lain. Dan yang menarik dari aplikasi ini juga adanya informasi yang valid tentang agama, seperti fikih, hadis, dan lain-lain. Dan itu informasinya juga valid karena dari narasumber yang terpercaya”

“Aplikasi yang bisa membantu kita dalam mencari kiblat saat mau salat. Seperti kalau kita berada di sebuah hutan, aplikasi ini bisa menunjukkan kita arah kiblat yang benar. Dengan aplikasi ini juga kita bisa membaca Al-Qur’an kapan pun dan di mana pun. Setelah itu juga ada ceramah-ceramah yang diisi oleh ustadz-ustadz dengan waktu yang ditentukan”

“Aplikasi Umma ini sangat membantu khususnya umat Islam, terutama mengetahui kiblat saat dalam perjalanan, membaca Al-Qur’an, hadis-hadis, alarm salat, dan lain-lain”

“Yaitu aplikasi yang membantu atau memudahkan orang-orang Muslim untuk menjalankan ibadahnya. Kemudian, di dalam aplikasinya banyak kontennya, tentang ilmu syariat, berita-berita yang aktual, kemudian juga ada pelayanan untuk mengetahui waktu salat yang tepat dan arah kiblat yang akurat. Jadi waktu keluar atau jalan-jalan ke suatu tempat, lalu butuh mencari arah kiblat, aplikasi ini sangat membantu”

“Aplikasi Umma ialah sebuah aplikasi atau *platform* yang sengaja dibuat sebagai media atau alat bantu bagi umat Islam untuk menjalankan aktivitas ibadahnya”

*Yang kedua*, penggunaan aplikasi Umma sebagai media alternatif untuk mengingat Allah sejalan dengan pernyataan dari tujuh subjek; NU, DW, FA, FAN, LI, MZ, dan IP yang mengatakan:

“Ya. Sangat dapat memudahkan mengingat Allah. Jika tidak punya aplikasi ini, kita sulit untuk mengingat Allah”

“Aplikasi ini lebih memudahkan saya mengingat Allah dan juga untuk menjalankan ibadah lainnya”

“Alhamdulillah, karena saya menggunakan fitur pengingat salat setiap lima waktunya. Dan itu salah satu cara untuk mengingatkan saya kepada Allah dengan menjalankan salat lima waktu secara tepat waktu dan tidak diundur-undur”

“Iya, karena setiap akan masuk waktu salat, kita selalu diingatkan dengan *reminder*-nya, jadi kita tidak akan lalai”

“Iya, karena motivasi awalnya *kan* untuk reminder salat, jadi untuk mengingat Allah menjadi lebih mudah”

“Secara tidak langsung, memang benar. Apps ini dapat mengingatkan kita kepada Allah. Misalnya, kalau sudah adzan *ya* langsung salat *gitu*, jadi tidak menunda-nunda salatnya”

“Menurut saya, iya. Aplikasi ini cukup membantu saya untuk mengingat Allah. Misalnya, ketika iman saya lagi turun, *iseng-iseng* buka aplikasi ini, jadi semangat lagi karena ada semacam ceramah-ceramah dari Ustadz, kajian-kajian tentang Islam, pengingat untuk diri sendiri, dan lain-lain”

*Yang ketiga*, penggunaan aplikasi Umma untuk membaca dan mendengarkan Al-Qur'an secara digital sejalan dengan pernyataan dari enam subjek; NU, DW, FA, FAN, MZ, dan IP yang mengatakan:

“Fitur Al-Qur’an memudahkan kita membaca Al-Qur’an saat di perjalanan. Karena zaman sekarang sudah canggih, tinggal pakai *smartphone* saja”

“Awalnya aplikasi ini hanya di-*install* saja, baru bener-bener digunakan ketika saya mau setoran dan waktu itu tidak bawa mushaf, akhirnya pke aplikasi Umma ini”

“Alhamdulillah, saya menggunakan aplikasi ini untuk membaca Al-Qur’an secara praktis. Karena dg aplikasi ini saya tidak perlu merasa kesulitan untuk membaca Al-Qur’an versi cetaknya, tapi cukup mudah dengan menggunakan aplikasi ini saja”

“Iya, saya sering baca Al-Qur’an digital melalui aplikasi ini kalau dalam perjalanan”

“Alhamdulillah, sejauh ini, iya. Saya sering gunakan aplikasi Umma untuk membaca al-Qur’an. Misalnya di waktu-waktu habis salat zuhur, saya sering pake Umma untuk mengaji”

“Saya biasanya menggunakan al-Qur’an digital hanya untuk me-*murojaah* ketika sedang dalam perjalanan, saya biasanya menggunakan untuk memutar-mutar audio Al-Qur’annya”

*Yang keempat*, penggunaan aplikas Umma untuk mencari dan memperoleh pengetahuan tentang Islam sejalan dengan pernyataan dari enam subjek; NU, DW, FAN, LI, MZ, dan IP yang mengatakan:

“Iya. Aplikasinya dapat memudahkan kita memperoleh informasi tentang Islam, seperti dakwah, cerita islami, daripada *sosmed*. Karena *sosmed* lebih umum tidak spesifik tentang Islam”

“Aplikasi ini mempermudah saya untuk mendapatkan informasi yang lebih luas lagi”

“Iya, karena ada artikel-artikel yang menarik juga di sana”

“Oh iya, soalnya kalau saya butuh informasi tentang Islam, di situ sudah disediakan, seperti di fitur *uVoice* atau di *uForum* nya. Misalnya, tentang materi fikih, hadis, keidhupan, dan lain-lain”



“Iya, tentu. Karena di dalamnya juga ada fitur forum-forum yang membicarakan masalah Islam, hadis, dan lain-lain”

“Dengan aplikasi Umma, saya terbantu untuk mendapatkan informasi tentang agama Islam. Karena di dalamnya ada fitur tanya jawab, gambar-gambar dan poster-poster, seperti poster adab menuntut ilmu dan ada tuntunan dzikir. Jadi, dari sana saya bisa tahu sedikit-sedikit tentang Islam”

*Yang kelima*, penggunaan aplikasi Umma untuk membentuk citra modern dalam diri seorang Muslim atau Muslimah sejalan dengan pernyataan dari tujuh subjek; NU, DW, FA, FAN, LI, NHA, dan IP yang mengatakan:

“Iya. Dengan aplikasi ini saya merasa lebih modern. Karena sudah mengikuti zaman dan bisa menghindari pergaulan yang kurang baik”

“Mungkin iya merasa kekinian dalam lingkup pemanfaatan teknologi”

“Iya, mungkin lebih ke modern, karena kita bisa membaca Al-Qur’an secara praktis. Mungkin itu salah satunya yang dinamakan dengan berislam dengan modern”

“Iya, benar. Karena dengan aplikasi Umma menunjukkan fasilitas mempermudah umat Islam di mana pun berada”

“Pastinya, iya. *Kan* semuanya mudah karena hanya tinggal buka *Hp*. Jadinya pasti merasa lebih modern”

“Iya, bisa dibilang kayak gitu. Karena dengan kita punya aplikasi itu, kita terlihat lebih modern dan mengikuti perkembangan zaman”

“Iya, saya merasa lebih modern atau lebih mengikuti perkembangan zaman. Karena sbagai contoh, dulu untuk menentukan arah kiblat kita perlu melihat arah mata angin. Tapi, kalau sekarang dengan aplikasi Umma ini kita bisa lihat arah kiblat dengan mudah. Saya juga merasa bangga, bahwa kita, umat Islam itu bisa relevan dengan perkembangan zaman dengan cara membuat aplikasi-aplikasi”

*Yang keenam*, penggunaan aplikasi Umma sebagai episentrum interaksi umat Islam dalam dunia maya sejalan dengan subjek, NU yang mengatakan:

“Benar. Dengan aplikasi Umma ini saya bisa berinteraksi dengan sesama Muslimah yang lain dari berbagai daerah, bertukar informasi, pengalaman, dan lain-lain. Saya juga pernah mengunggah informasi tentang Islam melalui aplikasi ini”

#### **4.1 Deskripsi Data Kuantitatif**

Hasil penelitian ini dideskripsikan berdasarkan klasifikasi yang terdiri dari lima kelompok tabel. Untuk kelompok tabel yang pertama, peneliti mendeskripsikan data responden secara keseluruhan dan berdasarkan jenis kelamin. Dalam kelompok tabel kedua, peneliti mendeskripsikan tentang tabulasi kuesioner penggunaan teknologi kecerdasan artifisial berbentuk aplikasi Muslim Pro. Lalu, dalam kelompok tabel ketiga, peneliti mendeskripsikan data tabulasi kuesioner penggunaan teknologi kecerdasan artifisial berbentuk aplikasi Umma. Sementara untuk kelompok tabel keempat, peneliti mendeskripsikan tabulasi data kuesioner tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro. Kemudian dalam kelompok tabel kelima, peneliti mendeskripsikan tabulasi data tingkat religiusitas Muslim milenial kota Malang pengguna aplikasi Umma.

##### **4.1.1 Data Responden**

Data Responden Pengguna Aplikasi Muslim Pro

**Tabel 11.1**

**Data Responden Pengguna Aplikasi Muslim Pro**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Komunitas</b>	<b>Alamat</b>
1	Abdul Basid	Laki-Laki	Hijrah United	Sumbersari Gang 3
2	Abdul Muiz Alhanif	Laki-Laki	Hijrah United	Lowokwaru

3	Abdul Wahid Mukarom Amrulloh	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Lowokwaru
4	Achmad Qodir Maulana Rusdin	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Perumahan Dinas LP Wanita Blok E 11 RT 05 RW 02 Kel Kebonsari Kec Sukun Kot Malang
5	Adi pranata	Laki-Laki	Hijrah United	Jl.kh basuni desa Gading selatan kec bululawang kab malang
6	Adi Purnama	Laki-Laki	Hijrah United	Jl. Bendungan sutami Gg. 2a
7	Al Gibran Adiputra	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Jl Karyawiguna
8	Alfina	Perempuan	Hijrah United	Turen
9	Anggie Noviyanti	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Dinoyo
10	Arbain Al-Ashar	Laki-Laki	Hijrah United	Lowokwaru
11	Ariq	Laki-Laki	Hijrah United	Suhat
12	Asep Amin Solihin	Laki-Laki	Hijrah United	Lowokwaru
13	Aulia Ananda Salsabila	Perempuan	Hijrah United	Merjosari-malang
14	Aulia Firda Syafira Ramadani	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Veteran
15	Bagus Satriyo	Laki-Laki	Hijrah United	Kepanjen
16	Dhamayanti Usmania	Perempuan	Yuk Ngaji malang	

17	Dony Cahyono	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Veteran
18	Elvi Suryani	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Lowokwaru
19	Erwin Kristian Putra	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Lawang, bedali
20	Fadilah Istiapalja	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Villa Bukit Tidar
21	Fajriyah Anisa Fitri	Perempuan	Hijrah United	Lowokwaru
22	Faradilah Putri Damayanti	Perempuan	Hijrah United	Jl. Margobasuki ulil abshar no. 55 jetis, mulyoagung, dau-malang
23	Farah Fauzia Maulahibati	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Jl. Sunan Ampel 1
24	Fathur Rohman	Laki-Laki	Hijrah United	Lowokwaru
25	Ferdian Izza Fahrezi	Laki-Laki	Hijrah United	Jl raya candi 2 no 281 B karang Besuki sukun kota Malang
26	Futna Naufa	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Jl. Candi Trowulan 70, Malang
27	Galuh Muhammad Iman Akbar	Laki-Laki	Hijrah United	Lowokwaru
28	Haakim Kharisma Muhammad Putra Mutobi	Laki-Laki	Hijrah United	MT Haryono gang 8, no rumah 943, Dinoyo,

				Lowokwaru, Kota Malang
29	Hardywan Mahdy Fachrezy	Laki-Laki	Hijrah United	Sukun
30	Heru Andana	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Lowokwaru
31	Husnaawati fauziyyah	Perempuan	Hijrah United	Perumahan puncak permata sengkaling
32	I Karima Tri Puspita	Perempuan	Hijrah United	Jl. Bendungan Wonogiri No.35, RT2 / RW6, Kel. Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang 65145
33	Ilham pratama	Laki-Laki	Hijrah United	Jl syarif al qodri 2b malang
34	Inna fathimatuzzahro	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Merjosaro
35	Ira Rahmatia	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Dampit
36	Jeffry Nurarsanto Saputra	Laki-Laki	Hijrah United	Jl Danau Sentani Timur I
37	Kamilatun Niamah	Perempuan	Hijrah United	Lowokwaru
38	Lalu Maulana Malik	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Landung sari
39	M. Ziqri Haykal	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	kedungkandang

40	Marisa Nayasari Putri Desirani	Perempuan	Hijrah United	Jl. Cianjur no. 8
41	Mita Khoiria	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Jl. Bandulan Gg. 1B Sukun Malang
42	Muhamad Agus Efendi	Laki-Laki	Musyrif/ah MSAA	Jln. Gajayana, No. 50 Lowokwaru, Kota Malang
43	Muhammad Falah Abdurrohman	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Jln. Gajayana, No. 50 Lowokwaru, Kota Malang
44	Muhammad fath	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Jln. Gajayana, No. 50 Lowokwaru, Kota Malang
45	Muhammad Guntur	Laki-Laki	Hijrah United	Dusun Kalianyar, Desa Sidodadi kec Lawang
46	Muhammad Misbahul Munir	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Jl Gajayana no 50
47	Muhammad Raihan Umran	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	PP. Anwarul Huda, karangbesuki
48	Nelva Kirana	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Jl Cengger Ayam
49	Nikken Nur Fanydia	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Jl. Gajayana, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur

50	Nur Fitri Mahdiah	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Jl. Gajayana, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur
----	-------------------	-----------	---------------------	---

**Tabel 11.2**

**Data Responden Pengguna Aplikasi Muslim Pro Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki	29	58,0
Perempuan	21	42,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: perhitungan data menggunakan program IBM SPSS versi 25*

Berdasarkan tabel 11.2 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas pengguna aplikasi Muslim Pro di Kota Malang adalah laki-laki sebesar 29 orang dengan persentase 58% dan sisanya adalah perempuan yang berjumlah 21 orang dengan persentase 42%. Dari data responden tersebut pula diketahui bahwa jumlah responden terbanyak yang mengisi kuesioner berjenis kelamin laki-laki.

Data Responden Pengguna Aplikasi Umma

**Tabel 11.3**

**Data Responden Pengguna Aplikasi Umma**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Komunitas</b>	<b>Alamat</b>
1	A. Nahdiyatul Ummah. Y	Perempuan	Hijrah United	Jl. Gajayana, Dinoyo, Kec. Lowokwaru,

				Kota Malang, Jawa Timur
2	Aghfar Adriawan	Laki-Laki	Hijrah United	Kepanjen
3	Agus Fakhruddin	Laki-Laki	Hijrah United	Jl. Gajayana, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur
4	Annisa Rizkiana	Perempuan	Hijrah United	Jln. Sunan Ampel No. 15
5	Aulia Khoirotun Nisa	Perempuan	Hijrah United	Malang Kota Lama
6	Ayu Thalia	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Jln. MT. Haryono
7	Diana Widayati	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Jalan Gajahyana no. 50, Dinoyo. Malang
8	Edi Kurniawan	Laki-Laki	Hijrah United	Jl. Manggar no. 27, Dau, Sengkaling
9	Elvi Suryani	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Lawang, bedali
10	Fadillah Ahmad Nur	Laki-Laki	Hijrah United	Tirto Utomo
11	Fathur Rohman (MP & Umma)	Laki-Laki	Hijrah United	Jl raya candi 2 no 281 karang Besuki sukun kota Malang



12	Fazyza	Perempuan	Hijrah United	Perum Graha dewata, landungan, dau malang
13	Helmi Anwar Rosyida Yahya	Laki-Laki	Hijrah United	Jl. Raya Saptorenggo kec. Pakis, kab. Malang
14	Heni Febriyanti (No WA)	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Donomulyo, Kab. Malang
15	Heryudha Hendra Putra	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Jln. Raya Tlogomas, tegalgondo, Lowokwaru, malang
16	Hisyam Amier Maftuh	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Prabon 2, Kaumrejo
17	Husna Nur Ridha	Perempuan	Hijrah United	Mahad Arrazi Kampus II UIN Malang
18	Ilham Renaldi	Laki-Laki	Hijrah United	Jl. Borobudur
19	Iriansyah Pradana	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Lowokwaru
20	Jeffry Nurarsanto Saputra	Laki-Laki	Hijrah United	jl. danau Sentani Timur I
21	Jodi Al Hadi	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Sukun

22	Kevin Alyfasadi	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Suhat
23	Khalid Afif	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Jl. Gajayana No.50, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur
24	Komariyah eka oktavia	Perempuan	Hijrah United	Polaman, dampit, malang.
25	Kurnia Putri Utami	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Mabna Fatimah Az Zahra UIN Malang
26	Lika Nurut Tamami	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Lowokwaru
27	Lovenia Ihsan	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Lowokwaru
28	Moh. Zayyadi	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Wisma Takmir Masjid At- Tarbiyah UIN Malang
29	Muhamad Ghifari	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Jalan Candi VA No.392
30	Muhammad Aqil Wahid	Laki-Laki	Hijrah United	Kerinci, Jambi
31	Muhammad Deano Rasyad Muyassar	Laki-Laki	Hijrah United	Lowokwaru

32	Muhammad Misbahul Munir	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Lowokwaru
33	Muhammat Hanafi	Laki-Laki	Hijrah United	Lowokwaru
34	Nayunda Bella	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Lowokwaru
35	Nur Fauziah Rahma	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Lowokwaru
36	Nur Hamidi Azim	Laki-Laki	Hijrah United	Jl. Bend. Riamkanan C1
37	Nurmueza	Perempuan	Hijrah United	Blimbing, polowijen
38	Rafi jauhari	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Jl. Mertojoyo Sel. No.10, Merjosari, Lowokwaru, Malang, Jawa Timur
39	Rahmad alfarizi	Laki-Laki	Hijrah United	Blimbing
40	Reyn	Perempuan	Hijrah United	Blimbing
41	Rikat Kariono	Laki-Laki	Hijrah United	Pakis, desa borobamban
42	Rosa Diah Shinvani	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Jl. Joyomulyo gang VI, no. 332D RT/Rw 01/03
43	Sal	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Tlogomas

44	Salwa Azyyati	Perempuan	Hijrah United	Perumahan bukit cemarrah tujuh blok 5 no.105
45	Shofia Alif M.	Perempuan	Yuk Ngaji Malang	Ma'had Jami'ah UIN Malang
46	Syafiatuddin Tajal Alam	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Jl. Joyo grand
47	Syahrial	Laki-Laki	Hijrah United	Ma'had sunan Ampel Al-aly
48	Wardah	Perempuan	Hijrah United	Ma'had sunan Ampel Al-aly
49	Zulfan Muhammad Arsyad A	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Jl. Gajayana No.50, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur
50	Ananda Febriansyah	Laki-Laki	Yuk Ngaji Malang	Jl Candi Panggung

**Tabel 11.4**

**Data Responden Pengguna Aplikasi Muslim Pro Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki	28	56,0
Perempuan	22	44,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: perhitungan data menggunakan program IBM SPSS versi 25*

Berdasarkan tabel 11.4 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas pengguna aplikasi Umma di Kota Malang adalah laki-laki sebesar 28 orang

dengan persentase 56% dan sisanya adalah perempuan yang berjumlah 22 orang dengan persentase 44%. Dari data responden tersebut pula diketahui bahwa jumlah responden terbanyak yang mengisi kuesioner berjenis kelamin laki-laki.

#### 4.1.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dalam penelitian ini, peneliti hanya menguji validitas instrument kuesioner penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma. Sementara untuk instrumen kuesioner tingkat religiusitas tidak perlu dilakukan uji validitas karena peneliti telah menggunakan satu acuan teori skala pengukuran dari Olufadi (2017) yang sebelumnya telah diuji validitasnya. Adapun untuk menguji instrumen kuesioner penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma, peneliti menggunakan program SPSS 25.0 dengan teknik *Pearson Product Moment*. Untuk hasil validitas kuesioner disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 9.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner Penggunaan Aplikasi Muslim Pro**

No Item	$r_{xy}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,394	0,279	Valid
2	0,464	0,279	Valid
3	0,212	0,279	Tidak Valid
4	-0,052	0,279	Tidak Valid
5	0,509	0,279	Valid
6	0,281	0,279	Tidak Valid
7	-0,466	0,279	Tidak Valid
8	0,191	0,279	Tidak Valid
9	0,703	0,279	Valid
10	0,573	0,279	Valid
11	0,451	0,279	Valid
12	0,283	0,279	Tidak Valid
13	0,332	0,279	Valid
14	0,653	0,279	Valid
15	0,271	0,279	Tidak Valid

16	0,227	0,279	Tidak Valid
17	0,530	0,279	Valid
18	0,397	0,279	Valid
19	0,553	0,279	Valid
20	0,462	0,279	Valid
21	0,551	0,279	Valid
22	0,523	0,279	Valid
23	0,101	0,279	Tidak Valid
24	0,339	0,279	Valid
25	0,560	0,279	Valid
26	0,560	0,279	Valid
27	0,583	0,279	Valid
28	0,497	0,279	Valid
29	0,584	0,279	Valid
30	0,594	0,279	Valid
31	0,482	0,279	Valid
32	0,410	0,279	Valid
33	0,599	0,279	Valid
34	0,582	0,279	Valid
35	0,487	0,279	Valid
36	0,445	0,279	Valid
37	0,675	0,279	Valid
38	0,223	0,279	Tidak Valid
39	0,023	0,279	Tidak Valid
40	0,376	0,279	Valid
41	0,192	0,279	Tidak Valid
42	0,031	0,279	Tidak Valid
43	0,057	0,279	Tidak Valid
44	-0,207	0,279	Tidak Valid

**Tabel 9.2 Kuesioner Penggunaan Aplikasi Muslim Pro Sebelum Melewati Uji Validitas**

No.	Daftar Pernyataan	Skala					Validitas
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Saya mengetahui aplikasi Muslim Pro						Valid
2.	Saya mengetahui fungsi dan manfaat aplikasi Muslim Pro dengan baik						Valid
3.	Saya tidak terlalu mengetahui siapa pengembang aplikasi Muslim Pro						Tidak Valid

4.	Saya tidak terlalu mengetahui kapan aplikasi Muslim Pro dibuat						Tidak Valid
5.	Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu dengan aplikasi Muslim Pro						Valid
6.	Saya seringkali bangun malam untuk salat Tahajjud selepas mengunduh aplikasi Muslim Pro						Tidak Valid
7.	Aplikasi Muslim Pro tidak terlalu membuat saya lebih rajin beribadah						Tidak Valid
8.	Aplikasi Muslim Pro menjadikan saya sulit berinteraksi dengan orang lain yang tidak sependapat dalam agama						Tidak Valid
9.	Saya lebih mudah mencari arah kiblat dengan aplikasi Muslim Pro						Valid
10.	Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Muslim Pro						Valid
11.	Aplikasi Muslim Pro tidak terlalu menjadikan saya lebih baik dalam bersikap dan bertingkah laku						Valid
12.	Aplikasi Muslim Pro tidak membuat saya lebih sering ke masjid						Tidak Valid
13.	Saya merasa lebih mudah membaca al-Qur'an secara digital melalui aplikasi Muslim Pro daripada harus membawa al-Qur'an versi cetak						Valid
14.	Menurut saya aplikasi Muslim Pro praktis digunakan						Valid
15.	Saya cenderung kesulitan dalam mengakses Muslim						Tidak Valid

	Pro jika sedang tidak mempunyai koneksi internet						
16.	Aplikasi Muslim Pro hanya bisa digunakan di beberapa <i>handphone</i> dengan sistem yang canggih						Tidak Valid
17.	Menurut saya desain aplikasi Muslim Pro sangat menarik						Valid
18.	Saya lebih senang menggunakan aplikasi Muslim Pro karena tampilannya modern						Valid
19.	Saya jarang membuka aplikasi Muslim Pro karena saya tidak terlalu suka dengan tampilannya						Valid
20.	Desain aplikasi Muslim Pro menurut saya masih kuno						Valid
21.	Aplikasi Muslim Pro sangat mudah digunakan oleh siapapun						Valid
22.	Saya biasanya menggunakan aplikasi Muslim Pro saat saya berada di tempat yang jauh dari al-Qur'an						Valid
23.	Dalam beberapa keadaan, saya tidak bisa menggunakan aplikasi Muslim Pro karena aplikasinya sering error						Tidak Valid
24.	Menurut saya aplikasi Muslim Pro sulit digunakan oleh beberapa kalangan seperti orang tua						Valid
25.	Saya menyukai aplikasi Muslim Pro karena memiliki sejumlah fitur ibadah yang beragam						Valid
26.	Biasanya saya menggunakan fitur <i>prayer times</i> untuk pengingat waktu salat, <i>Qur'an</i> untuk membaca al-Qur'an secara digital, dan <i>qiblah direction</i> untuk						Valid



	menentukan arah kiblat ketika saya berada dalam tempat yang baru.						
27.	Dengan menggunakan fitur <i>inspiration</i> untuk mempelajari ajaran agama Islam, saya jadi sering melakukan perbuatan terpuji						Valid
28.	Saya jarang memakai aplikasi Muslim Pro dari pada aplikasi lain karena fiturnya monoton						Valid
29.	Saya memilih menggunakan aplikasi Muslim Pro karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja						Valid
30.	Aplikasi Muslim Pro dapat saya gunakan ketika sedang berada di luar kota						Valid
31.	Menurut saya, aplikasi Muslim Pro hanya bisa digunakan dalam wilayah perkotaan						Valid
32.	Aplikasi Muslim Pro hanya bisa digunakan dalam kondisi terhubung dengan jaringan internet						Valid
33.	Saya senang sekali karena dengan aplikasi Muslim Pro saya bisa beribadah dengan mudah						Valid
34.	Aplikasi Muslim Pro memberikan saya kesan lebih betah dalam beribadah						Valid
35.	Aplikasi Muslim Pro tidak terlalu membuat saya merasa bahagia						Valid
36.	Aplikasi Muslim Pro seringkali menyusahkan saya karena ada fitur yang tidak bisa digunakan						Valid
37.	Saya seringkali menggunakan aplikasi						Valid

	Muslim Pro ketika saya sedang berpergian						
38.	Saya seringkali menggunakan aplikasi Muslim Pro saat saya sedang tidak di rumah						Tidak Valid
39.	Saya menggunakan aplikasi Muslim Pro hanya saat di perjalanan jarak jauh						Tidak Valid
40.	Aplikasi Muslim Pro terkadang membuat saya lebih cenderung lebih malas berpergian						Valid
41.	Saya menggunakan aplikasi Muslim Pro tidak hanya untuk ibadah, melainkan juga agar terlihat modern dan kekinian						Tidak Valid
42.	Saya menggunakan aplikasi Muslim Pro karena tuntunan zaman						Tidak Valid
43.	Aplikasi Muslim Pro hanya terbatas untuk orang yang melek teknologi						Tidak Valid
44.	Aplikasi Muslim Pro hanya cocok untuk generasi milenial						Tidak Valid

**Tabel 9.3 Kuesioner Penggunaan Aplikasi Muslim Pro Setelah Melewati Uji Validitas**

No.	Daftar Pernyataan	Skala					Validitas
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Saya mengetahui aplikasi Muslim Pro						Valid
2	Saya mengetahui fungsi dan manfaat aplikasi Muslim Pro dengan baik						Valid
3	Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu dengan aplikasi Muslim Pro						Valid
4	Saya lebih mudah mencari arah kiblat dengan aplikasi Muslim Pro						Valid

5	Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Muslim Pro						Valid
6	Aplikasi Muslim Pro tidak terlalu menjadikan saya lebih baik dalam bersikap dan bertingkah laku						Valid
7	Saya merasa lebih mudah membaca al-Qur'an secara digital melalui aplikasi Muslim Pro daripada harus membawa al-Qur'an versi cetak						Valid
8	Menurut saya aplikasi Muslim Pro praktis digunakan						Valid
9	Menurut saya desain aplikasi Muslim Pro sangat menarik						Valid
10	Saya lebih senang menggunakan aplikasi Muslim Pro karena tampilannya modern						Valid
11	Saya jarang membuka aplikasi Muslim Pro karena saya tidak terlalu suka dengan tampilannya						Valid
12	Desain aplikasi Muslim Pro menurut saya masih kuno						Valid
13	Aplikasi Muslim Pro sangat mudah digunakan oleh siapapun						Valid
14	Saya biasanya menggunakan aplikasi Muslim Pro saat saya berada di tempat yang jauh dari al-Qur'an						Valid
15	Menurut saya aplikasi Muslim Pro sulit digunakan oleh beberapa kalangan seperti orang tua						Valid
16	Saya menyukai aplikasi Muslim Pro karena memiliki						Valid

	sejumlah fitur ibadah yang beragam						
17	Biasanya saya menggunakan fitur <i>prayer times</i> untuk pengingat waktu salat, <i>Qur'an</i> untuk membaca al-Qur'an secara digital, dan <i>qiblah direction</i> untuk menentukan arah kiblat ketika saya berada dalam tempat yang baru.						Valid
18	Dengan menggunakan fitur <i>inspiration</i> untuk mempelajari ajaran agama Islam, saya jadi sering melakukan perbuatan terpuji						Valid
19	Saya jarang memakai aplikasi Muslim Pro dari pada aplikasi lain karena fiturnya monoton						Valid
20	Saya memilih menggunakan aplikasi Muslim Pro karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja						Valid
21	Aplikasi Muslim Pro dapat saya gunakan ketika sedang berada di luar kota						Valid
22	Menurut saya, aplikasi Muslim Pro hanya bisa digunakan dalam wilayah perkotaan						Valid
23	Aplikasi Muslim Pro hanya bisa digunakan dalam kondisi terhubung dengan jaringan internet						Valid
24	Saya senang sekali karena dengan aplikasi Muslim Pro saya bisa beribadah dengan mudah						Valid
25	Aplikasi Muslim Pro memberikan saya kesan lebih betah dalam beribadah						Valid

26	Aplikasi Muslim Pro tidak terlalu membuat saya merasa bahagia						Valid
27	Aplikasi Muslim Pro seringkali menyusahkan saya karena ada fitur yang tidak bisa digunakan						Valid
28	Saya seringkali menggunakan aplikasi Muslim Pro ketika saya sedang berpergian						Valid
29	Aplikasi Muslim Pro terkadang membuat saya lebih cenderung lebih malas berpergian						Valid

**Tabel 9.4 Hasil Uji  
Penggunaan**

<b>No Item</b>	<b><math>r_{xy}</math></b>	<b><math>r_{tabel}</math></b>	<b>Keterangan</b>
1	0,633	0,279	Valid
2	0,479	0,279	Valid
3	0,321	0,279	Valid
4	-0,080	0,279	Tidak Valid
5	0,584	0,279	Valid
6	0,394	0,279	Valid
7	0,497	0,279	Valid
8	0,368	0,279	Valid
9	0,455	0,279	Valid
10	0,409	0,279	Valid
11	0,472	0,279	Valid
12	0,543	0,279	Valid
13	0,586	0,279	Valid
14	0,672	0,279	Valid
15	0,220	0,279	Tidak Valid
16	0,203	0,279	Tidak Valid
17	0,632	0,279	Valid
18	0,427	0,279	Valid
19	0,429	0,279	Valid
20	0,436	0,279	Valid
21	0,649	0,279	Valid
22	0,315	0,279	Valid
23	0,169	0,279	Tidak Valid
24	0,505	0,279	Valid
25	0,686	0,279	Valid
26	0,571	0,279	Valid
27	0,670	0,279	Valid
28	0,544	0,279	Valid
29	0,587	0,279	Valid
30	0,065	0,279	Tidak Valid
31	0,236	0,279	Tidak Valid
32	-0,042	0,279	Tidak Valid
33	0,511	0,279	Valid

**Validitas Kuesioner  
Aplikasi Umma**

34	0,675	0,279	Valid
35	0,507	0,279	Valid
36	0,563	0,279	Valid
37	0,419	0,279	Valid
38	0,604	0,279	Valid
39	0,068	0,279	Tidak Valid
40	-0,014	0,279	Tidak Valid
41	0,326	0,279	Valid
42	0,256	0,279	Tidak Valid

43	0,255	0,279	Tidak Valid
44	0,270	0,279	Tidak Valid

**Tabel 9.5 Kuesioner Penggunaan Aplikasi Umma Sebelum Melewati Uji Validitas**

No.	Daftar Pernyataan	Skala					Validitas
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Saya mengetahui aplikasi Umma						Valid
2.	Saya mengetahui fungsi dan manfaat aplikasi Umma dengan baik						Valid
3.	Saya tidak terlalu mengetahui siapa pengembang aplikasi Umma						Valid
4.	Saya tidak terlalu mengetahui kapan aplikasi Umma dibuat						Tidak Valid
5.	Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu dengan aplikasi Umma						Valid
6.	Saya seringkali bangun malam untuk salat Tahajjud selepas mengunduh aplikasi Umma						Valid
7.	Aplikasi Umma tidak terlalu membuat saya lebih rajin salat lima waktu						Valid
8.	Aplikasi Umma menjadikan saya sulit berinteraksi dengan orang lain yang tidak sependapat dalam agama						Valid
9.	Saya lebih mudah mencari arah kiblat dengan aplikasi Umma						Valid
10.	Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Umma						Valid
11.	Aplikasi Umma tidak terlalu menjadikan saya lebih baik dalam bersikap dan bertingkah laku						Valid
12.	Aplikasi Umma tidak membuat saya lebih sering ke masjid						Valid

13.	Saya merasa lebih mudah membaca al-Qur'an secara digital melalui aplikasi Umma daripada harus membawa al-Qur'an versi cetak						Valid
14.	Menurut saya aplikasi Umma praktis digunakan						Valid
15.	Saya cenderung kesulitan dalam mengakses Umma jika sedang tidak mempunyai koneksi internet						Tidak Valid
16.	Aplikasi Umma hanya bisa digunakan di beberapa <i>handphone</i> dengan sistem yang canggih						Tidak Valid
17.	Menurut saya desain aplikasi Umma sangat menarik						Valid
18.	Saya lebih senang menggunakan aplikasi Umma karena tampilannya modern						Valid
19.	Saya jarang membuka aplikasi Umma karena saya tidak terlalu suka dengan tampilannya						Valid
20.	Menurut saya desain aplikasi Umma masih kuno						Valid
21.	Aplikasi Umma sangat mudah digunakan oleh siapapun						Valid
22.	Saya biasanya menggunakan aplikasi Umma saat saya berada di tempat yang jauh dari al-Qur'an						Valid
23.	Dalam beberapa keadaan, saya tidak bisa menggunakan aplikasi Umma karena karena aplikasinya sering error						Tidak valid
24.	Menurut saya aplikasi Umma sulit digunakan oleh beberapa kalangan seperti orang tua						Valid
25.	Saya menyukai aplikasi Umma karena memiliki						Valid



	sejumlah fitur ibadah yang beragam						
26.	Biasanya menggunakan fitur <i>prayer times</i> untuk pengingat waktu salat, <i>Qur'an</i> untuk membaca al-Qur'an secara digital, dan <i>qiblah direction</i> untuk menentukan arah kiblat ketika saya berada dalam tempat yang baru.						Valid
27.	Dengan menggunakan fitur <i>live streaming dan Q&amp;A</i> untuk belajar seputar agama Islam dengan para ustadz dan narasumber lainnya, saya jadi sering berbuat baik kepada sesama						Valid
28.	Saya jarang memakai aplikasi Umma dari pada aplikasi lain karena fiturnya monoton						Valid
29.	Saya memilih menggunakan aplikasi Umma karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja						Valid
30.	Aplikasi Umma dapat saya gunakan ketika sedang berada di luar kota						Tidak Valid
31.	Menurut saya, aplikasi Umma hanya bisa digunakan dalam wilayah perkotaan						Tidak Valid
32.	Aplikasi Umma hanya bisa digunakan dalam kondisi terhubung dengan jaringan internet						Tidak Valid
33.	Saya senang sekali karena dengan aplikasi Umma saya bisa beribadah dengan mudah						Valid
34.	Aplikasi Umma memberikan saya kesan lebih betah dalam beribadah						Valid
35.	Aplikasi Umma tidak terlalu membuat saya merasa bahagia						Valid

36.	Aplikasi Umma seringkali menyusahkan saya karena ada fitur yang tidak bisa digunakan						Valid
37.	Saya seringkali menggunakan aplikasi Umma ketika saya sedang berpergian						Valid
38.	Saya seringkali menggunakan aplikasi Umma saat saya sedang tidak di rumah						Valid
39.	Saya menggunakan aplikasi Umma hanya saat di perjalanan jarak jauh						Tidak Valid
40.	Aplikasi Umma terkadang membuat saya lebih cenderung lebih malas berpergian						Tidak Valid
41.	Saya menggunakan aplikasi Umma tidak hanya untuk ibadah, melainkan juga agar terlihat modern dan kekinian						Valid
42.	Saya menggunakan aplikasi Umma karena tuntunan zaman						Tidak Valid
43.	Aplikasi Umma hanya terbatas untuk orang yang melek teknologi						Tidak Valid
44.	Aplikasi Umma hanya cocok untuk generasi milenial						Tidak Valid

**Tabel 9.5 Kuesioner Penggunaan Aplikasi Umma Sebelum Melewati Uji Validitas**

No.	Daftar Pernyataan	Skala					Validitas
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Saya mengetahui aplikasi Umma						Valid
2	Saya mengetahui fungsi dan manfaat aplikasi Umma dengan baik						Valid
3	Saya tidak terlalu mengetahui siapa pengembang aplikasi Umma						Valid
4	Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat						Valid

	lima tepat waktu dengan aplikasi Umma						
5	Saya seringkali bangun malam untuk salat Tahajjud selepas mengunduh aplikasi Umma						Valid
6	Aplikasi Umma tidak terlalu membuat saya lebih rajin salat lima waktu						Valid
7	Aplikasi Umma menjadikan saya sulit berinteraksi dengan orang lain yang tidak sependapat dalam agama						Valid
8	Saya lebih mudah mencari arah kiblat dengan aplikasi Umma						Valid
9	Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Umma						Valid
10	Aplikasi Umma tidak terlalu menjadikan saya lebih baik dalam bersikap dan bertingkah laku						Valid
11	Aplikasi Umma tidak membuat saya lebih sering ke masjid						Valid
12	Saya merasa lebih mudah membaca al-Qur'an secara digital melalui aplikasi Umma daripada harus membawa al-Qur'an versi cetak						Valid
13	Menurut saya aplikasi Umma praktis digunakan						Valid
14	Menurut saya desain aplikasi Umma sangat menarik						Valid
15	Saya lebih senang menggunakan aplikasi Umma karena tampilannya modern						Valid
16	Saya jarang membuka aplikasi Umma karena saya tidak terlalu suka dengan tampilannya						Valid

17	Menurut saya desain aplikasi Umma masih kuno						Valid
18	Aplikasi Umma sangat mudah digunakan oleh siapapun						Valid
19	Saya biasanya menggunakan aplikasi Umma saat saya berada di tempat yang jauh dari al-Qur'an						Valid
20	Menurut saya aplikasi Umma sulit digunakan oleh beberapa kalangan seperti orang tua						Valid
21	Saya menyukai aplikasi Umma karena memiliki sejumlah fitur ibadah yang beragam						Valid
22	Biasanya menggunakan fitur <i>prayer times</i> untuk pengingat waktu salat, <i>Qur'an</i> untuk membaca al-Qur'an secara digital, dan <i>qiblah direction</i> untuk menentukan arah kiblat ketika saya berada dalam tempat yang baru.						Valid
23	Dengan menggunakan fitur <i>live streaming</i> dan <i>Q&amp;A</i> untuk belajar seputar agama Islam dengan para ustadz dan narasumber lainnya, saya jadi sering berbuat baik kepada sesama						Valid
24	Saya jarang memakai aplikasi Umma dari pada aplikasi lain karena fiturnya monoton						Valid
25	Saya memilih menggunakan aplikasi Umma karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja						Valid
26	Saya senang sekali karena dengan aplikasi Umma saya bisa beribadah dengan mudah						Valid

27	Aplikasi Umma memberikan saya kesan lebih betah dalam beribadah						Valid
28	Aplikasi Umma tidak terlalu membuat saya merasa bahagia						Valid
29	Aplikasi Umma seringkali menyusahkan saya karena ada fitur yang tidak bisa digunakan						Valid
30	Saya seringkali menggunakan aplikasi Umma ketika saya sedang berpergian						Valid
31	Saya seringkali menggunakan aplikasi Umma saat saya sedang tidak di rumah						Valid
32	Saya menggunakan aplikasi Umma tidak hanya untuk ibadah, melainkan juga agar terlihat modern dan kekinian						Valid

Setelah dilakukan uji validitas terhadap kuesioner penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma dengan program SPSS 25.0, pada tabel 9.1 dan 9.4 menunjukkan dari total item pertanyaan yang berjumlah 44 terdapat beberapa item pernyataan yang tidak valid, yaitu 15 item tidak valid pada kuesioner penggunaan aplikasi Muslim Pro dan 12 item tidak valid pada kuesioner penggunaan aplikasi Umma. Dengan demikian, untuk item pernyataan pada kuesioner penggunaan aplikasi Muslim Pro menjadi 29 butir pernyataan dan item pernyataan pada kuesioner penggunaan aplikasi Umma menjadi 32 butir pernyataan. Butir pernyataan yang valid diujikan kepada responden untuk diambil data sebagai hasil penelitian. Adapun data yang tidak valid dibuang. Tidak dilakukan uji coba ulang dikarenakan butir pernyataan yang valid sudah dapat mewakili setiap indikator penelitian.

Adapun untuk menguji reliabilitas instrumen kuesioner penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma, peneliti menggunakan program SPSS 25.0 dengan teknik *Alpha Cronbach*. Untuk hasil reliabilitas kuesioner disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 10.1 Uji Reliabilitas Kuesioner  
Penggunaan Aplikasi Muslim Pro  
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	44

**Tabel 10.2 Uji Reliabilitas Kuesioner  
Penggunaan Aplikasi Umma  
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	44

Berdasarkan tabel 10.1 dan 10.2, dapat diketahui bahwa koefisien reliabilitas yang dimiliki oleh instrument kuesioner penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma sebesar 0,839 dan 0,874 > 0,60 sehingga dapat dinyatakan bahwa instrumen tersebut reliabel atau konsisten.

#### 4.1.3 Tabulasi Kuesioner Penggunaan Aplikasi Muslim Pro

Tabulasi data kuesioner penggunaan aplikasi Muslim Pro dengan frekuensi jawaban dari setiap responden dan persentase dari setiap item pernyataannya disajikan dalam tabel 12.1 sampai 12.29 berikut ini:

**Tabel 12.1**

**1. Saya mengetahui aplikasi Muslim Pro**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	18	36,0
Setuju	31	62,0
Kurang Setuju	0	0,0
Tidak Setuju	1	2,0

Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 18 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 36%, 31 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 62%, tidak ada responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 0%, 1 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden memiliki pengetahuan yang baik tentang aplikasi Muslim Pro dan penggunaannya dalam membantu aktivitas beribadah.

**Tabel 12.2**

**2. Saya mengetahui fungsi dan manfaat aplikasi Muslim Pro dengan baik**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	16	32,0
Setuju	30	60,0
Kurang Setuju	3	6,0
Tidak Setuju	1	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 16 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 32%, 31 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 60%, 3 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 6%, 1 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut

menunjukkan bahwa rata-rata para responden memiliki pengetahuan yang baik tentang fungsi dan manfaat aplikasi Muslim Pro dalam membantu aktivitas beribadah.

**Tabel 12.3**

**3. Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu dengan aplikasi Muslim Pro**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	20	40,0
Setuju	23	46,0
Kurang Setuju	6	12,0
Tidak Setuju	1	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 20 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 40%, 23 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 46%, 6 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 12%, 1 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu dengan aplikasi Muslim Pro.

**Tabel 12.4**

**4. Saya lebih mudah mencari arah kiblat dengan aplikasi Muslim Pro**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	16	32,0
Setuju	30	60,0
Kurang Setuju	0	0,0
Tidak Setuju	4	8,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0



Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 16 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 32%, 30 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 60%, tidak ada responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 0%, 4 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 8%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih mudah mencari arah kiblat dengan aplikasi Muslim Pro.

**Tabel 12.5**

**5. Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Muslim Pro**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	5	10,0
Setuju	30	60,0
Kurang Setuju	9	18,0
Tidak Setuju	4	8,0
Sangat Tidak Setuju	2	4,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 5 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 10%, 30 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 60%, 9 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 18%, 4 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 8%, dan 2 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 4%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Muslim Pro.

Tabel 12.6

6. Aplikasi Muslim Pro tidak terlalu menjadikan saya lebih baik dalam bersikap dan bertingkah laku

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	0	0,0
Setuju	15	30,0
Kurang Setuju	15	30,0
Tidak Setuju	17	34,0
Sangat Tidak Setuju	3	6,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, tidak ada responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 0%, 15 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 30%, 15 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 30%, 17 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 34%, dan 3 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 6%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *tidak setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap Muslim Pro menjadikan mereka lebih baik dalam bersikap dan bertingkah laku.

Tabel 12.7

7. Saya merasa lebih mudah membaca al-Qur'an secara digital melalui aplikasi Muslim Pro daripada harus membawa al-Qur'an versi cetak

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	8	16,0
Setuju	19	38,0
Kurang Setuju	13	26,0
Tidak Setuju	7	14,0
Sangat Tidak Setuju	3	6,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 8 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 16%, 19 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 38%,

13 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 26%, 7 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 14%, dan 3 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 6%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung merasa lebih mudah membaca al-Qur'an secara digital melalui aplikasi Muslim Pro daripada harus membawa al-Qur'an versi cetak.

**Tabel 12.8**

**8. Menurut saya aplikasi Muslim Pro praktis digunakan**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	19	38,0
Setuju	28	56,0
Kurang Setuju	2	4,0
Tidak Setuju	1	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 19 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 38%, 28 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 56%, 2 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 4%, 1 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap aplikasi Muslim Pro praktis digunakan.

**Tabel 12.9**

**9. Menurut saya desain aplikasi Muslim Pro sangat menarik**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	7	14,0

Setuju	38	76,0
Kurang Setuju	3	6,0
Tidak Setuju	2	4,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 7 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 14%, 38 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 76%, 3 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 6%, 2 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 4%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap desain aplikasi Muslim Pro sangat menarik.

**Tabel 12.10**

**10. Saya lebih senang menggunakan aplikasi Muslim Pro karena tampilannya modern**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	6	12,0
Setuju	37	74,0
Kurang Setuju	5	10,0
Tidak Setuju	2	4,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 6 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 12%, 37 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 74%, 5 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 10%, 2 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 4%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase

terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung lebih senang menggunakan aplikasi Muslim Pro karena tampilannya modern.

**Tabel 12.11**

**11. Saya jarang membuka aplikasi Muslim Pro karena saya tidak terlalu suka dengan tampilannya**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	1	2,0
Setuju	5	10,0
Kurang Setuju	21	42,0
Tidak Setuju	21	42,0
Sangat Tidak Setuju	2	4,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 1 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 2%, 5 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 10%, 21 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 42%, 21 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 42%, dan 2 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 4%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju* dan *tidak setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden sering membuka aplikasi Muslim Pro karena mereka suka dengan tampilannya.

**Tabel 12.12**

**12. Desain aplikasi Muslim Pro menurut saya masih kuno**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	0	0,0
Setuju	5	10,0
Kurang Setuju	24	48,0
Tidak Setuju	19	38,0
Sangat Tidak Setuju	2	4,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, tidak ada responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 0%, 5 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 10%, 24 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 48%, 19 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 38%, dan 2 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 4%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap aplikasi Muslim Pro sudah modern alias tidak kuno.

**Tabel 12.13**

**13. Aplikasi Muslim Pro sangat mudah digunakan oleh siapapun**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	13	26,0
Setuju	33	66,0
Kurang Setuju	3	6,0
Tidak Setuju	1	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 13 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 26%, 33 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 66%, 3 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 6%, 1 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap aplikasi Muslim Pro sangat mudah digunakan oleh siapapun.

**Tabel 12.14**

14. Saya biasanya menggunakan aplikasi Muslim Pro saat saya berada di tempat yang jauh dari al-Qur'an

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	15	30,0
Setuju	27	54,0
Kurang Setuju	5	10,0
Tidak Setuju	2	4,0
Sangat Tidak Setuju	1	2,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 15 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 30%, 27 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 54%, 5 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 10%, 2 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 4%, dan 1 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 2%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menggunakan aplikasi Muslim Pro saat mereka berada di tempat yang jauh dari al-Qur'an.

**Tabel 12.15**

15. Menurut saya aplikasi Muslim Pro sulit digunakan oleh beberapa kalangan seperti orang tua

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	2	4,0
Setuju	17	34,0
Kurang Setuju	21	42,0
Tidak Setuju	9	18,0
Sangat Tidak Setuju	1	2,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 2 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 4%, 17 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 34%, 21 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 42%, 9

responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 18%, dan 1 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 2%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap Muslim Pro tidak sulit digunakan oleh beberapa kalangan seperti orang tua.

**Tabel 12.16**

**16. Saya menyukai aplikasi Muslim Pro karena memiliki sejumlah fitur ibadah yang beragam**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	16	32,0
Setuju	31	62,0
Kurang Setuju	1	2,0
Tidak Setuju	2	4,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 16 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 32%, 31 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 62%, 1 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 2%, 2 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 4%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menyukai aplikasi Muslim Pro karena memiliki sejumlah fitur ibadah yang beragam.

**Tabel 12.17**

**17. Biasanya saya menggunakan fitur *prayer times* untuk pengingat waktu salat, *Qur'an* untuk membaca al-Qur'an secara digital, dan *qiblah direction* untuk menentukan arah kiblat ketika saya berada dalam tempat yang baru**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	14	28,0
Setuju	32	64,0



Kurang Setuju	3	6,0
Tidak Setuju	1	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 14 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 28%, 32 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 64%, 3 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 6%, 1 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *tidak setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menggunakan fitur *prayer times* untuk pengingat waktu salat, *Qur'an* untuk membaca al-Qur'an secara digital, dan *qiblah direction* untuk menentukan arah kiblat ketika saya berada dalam tempat yang baru.

**Tabel 12.18**

**18. Dengan menggunakan fitur *inspiration* untuk mempelajari ajaran agama Islam, saya jadi sering melakukan perbuatan terpuji**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	2	4,0
Setuju	28	56,0
Kurang Setuju	14	28,0
Tidak Setuju	5	10,0
Sangat Tidak Setuju	1	2,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 2 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 4%, 28 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 56%, 14 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 28%, 5 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 10%, dan 1

responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 2%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *tidak setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menggunakan fitur *inspiration* untuk mempelajari ajaran agama Islam, saya jadi sering melakukan perbuatan terpuji.

**Tabel 12.19**

**19. Saya jarang memakai aplikasi Muslim Pro dari pada aplikasi lain karena fiturnya monoton**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	1	2,0
Setuju	7	14,0
Kurang Setuju	27	54,0
Tidak Setuju	13	26,0
Sangat Tidak Setuju	2	4,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 1 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 2%, 7 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 14%, 27 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 54%, 13 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 26%, dan 2 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 4%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung sering memakai aplikasi Muslim Pro dari pada aplikasi lain karena fiturnya beragam.

**Tabel 12.20**

**20. Saya memilih menggunakan aplikasi Muslim Pro karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	12	24,0
Setuju	31	62,0

Kurang Setuju	6	12,0
Tidak Setuju	1	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 12 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 24%, 31 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 62%, 6 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 12%, 1 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 2%, dan 0 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung memilih menggunakan aplikasi Muslim Pro karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja.

**Tabel 12.21**

**21. Aplikasi Muslim Pro dapat saya gunakan ketika sedang berada di luar kota**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	10	20,0
Setuju	37	74,0
Kurang Setuju	1	2,0
Tidak Setuju	1	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, tidak ada responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 0%, 15 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 30%, 15 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 30%, 17 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 34%, dan 3 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 6%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *tidak setuju*. Artinya, hal tersebut

menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap Muslim Pro menjadikan mereka lebih baik dalam bersikap dan bertingkah laku.

**Tabel 12.22**

**22. Menurut saya, aplikasi Muslim Pro hanya bisa digunakan dalam wilayah perkotaan**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	0	0
Setuju	6	12,0
Kurang Setuju	22	44,0
Tidak Setuju	17	34,0
Sangat Tidak Setuju	5	10,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, tidak ada responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 0%, 6 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 12%, 22 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 44%, 17 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 34%, dan 5 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 6%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap aplikasi Muslim Pro tidak hanya bisa digunakan dalam wilayah perkotaan.

**Tabel 12.23**

**23. Aplikasi Muslim Pro hanya bisa digunakan dalam kondisi terhubung dengan jaringan internet**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	4	8,0
Setuju	20	40,0
Kurang Setuju	16	32,0
Tidak Setuju	9	18,0
Sangat Tidak Setuju	1	2,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 4 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 8%, 20 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 40%, 16 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 32%, 9 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 18%, dan 1 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 2%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap aplikasi Muslim Pro hanya bisa digunakan dalam kondisi terhubung dengan jaringan internet.

**Tabel 12.24**

**24. Saya senang sekali karena dengan aplikasi Muslim Pro saya bisa beribadah dengan mudah**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	9	18,0
Setuju	35	70,0
Kurang Setuju	4	8,0
Tidak Setuju	2	4,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 9 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 18%, 35 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 70%, 4 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 8%, 2 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 4%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung merasa

senang sekali karena dengan aplikasi Muslim Pro saya bisa beribadah dengan mudah.

**Tabel 12.25**

**25. Aplikasi Muslim Pro memberikan saya kesan lebih betah dalam beribadah**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	4	8,0
Setuju	31	62,0
Kurang Setuju	11	22,0
Tidak Setuju	4	8,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 4 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 8%, 31 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 62%, 11 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 22%, 4 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 8%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap aplikasi Muslim Pro memberikan mereka kesan lebih betah dalam beribadah.

**Tabel 12.26**

**26. Aplikasi Muslim Pro tidak terlalu membuat saya merasa Bahagia**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	0	0,0
Setuju	7	14,0
Kurang Setuju	28	56,0
Tidak Setuju	11	22,0
Sangat Tidak Setuju	4	8,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, tidak ada responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 0%, 7 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 14%, 28 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 56%, 11 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 22%, dan 4 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 8%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih merasa Bahagia saat menggunakan aplikasi Muslim Pro.

**Tabel 12.27**

**27. Aplikasi Muslim Pro seringkali menyusahkan saya karena ada fitur yang tidak bisa digunakan**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	1	2,0
Setuju	7	14,0
Kurang Setuju	28	56,0
Tidak Setuju	11	22,0
Sangat Tidak Setuju	3	6,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 1 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 2%, 7 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 14%, 28 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 56%, 11 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 22%, dan 3 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 6%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap aplikasi Muslim Pro tidak menyusahkan mereka karena ada fitur yang tidak bisa digunakan.

Tabel 12.28

28. Saya seringkali menggunakan aplikasi Muslim Pro ketika saya sedang berpergian

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	11	22,0
Setuju	33	66,0
Kurang Setuju	3	6,0
Tidak Setuju	3	6,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, 11 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 22%, 33 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 66%, 3 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 6%, 3 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 6%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menggunakan aplikasi Muslim Pro ketika mereka sedang berpergian.

Tabel 12.29

29. Aplikasi Muslim Pro terkadang membuat saya lebih cenderung lebih malas berpergian

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	0	0,0
Setuju	3	6,0
Kurang Setuju	19	38,0
Tidak Setuju	20	40,0
Sangat Tidak Setuju	8	18,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Muslim Pro, tidak ada responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 0%, 3 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 6%, 19 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 38%, 20



responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 40%, dan 8 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 18%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *tidak setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap Muslim Pro tidak menjadikan mereka lebih malas berpergian.

**Tabel 12.30**  
**Hasil Persentase Nilai Skala *Likert* dari Kuesioner Penggunaan Aplikasi Muslim Pro**

No	Pernyataan	Keterangan	Nilai Skala <i>Likert</i>	Jawaban
1	Saya mengetahui aplikasi Muslim Pro	<i>Favorable</i>	83%	Sangat Setuju
2	Saya mengetahui fungsi dan manfaat aplikasi Muslim Pro dengan baik	<i>Favorable</i>	80,5%	Sangat Setuju
3	Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu dengan aplikasi Muslim Pro	<i>Favorable</i>	81%	Sangat Setuju
4	Saya lebih mudah mencari arah kiblat dengan aplikasi Muslim Pro	<i>Favorable</i>	79%	Setuju
5	Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Muslim Pro	<i>Favorable</i>	66%	Setuju
6	Aplikasi Muslim Pro tidak terlalu menjadikan saya lebih baik dalam bersikap dan bertingkah laku	<i>Unfavorable</i>	54%	Kurang Setuju
7	Saya merasa lebih mudah membaca al-Qur'an secara digital melalui aplikasi Muslim Pro daripada harus membawa al-Qur'an versi cetak	<i>Favorable</i>	61%	Setuju
8	Menurut saya aplikasi Muslim Pro praktis digunakan	<i>Favorable</i>	82,5%	Sangat Setuju
9	Menurut saya desain aplikasi Muslim Pro sangat menarik	<i>Favorable</i>	75%	Setuju
10	Saya lebih senang menggunakan aplikasi Muslim Pro karena tampilannya modern	<i>Favorable</i>	73,5%	Setuju

11	Saya jarang membuka aplikasi Muslim Pro karena saya tidak terlalu suka dengan tampilannya	<i>Unfavorable</i>	59%	Kurang Setuju
12	Desain aplikasi Muslim Pro menurut saya masih kuno	<i>Unfavorable</i>	59%	Kurang Setuju
13	Aplikasi Muslim Pro sangat mudah digunakan oleh siapapun	<i>Favorable</i>	79%	Setuju
14	Saya biasanya menggunakan aplikasi Muslim Pro saat saya berada di tempat yang jauh dari al-Qur'an	<i>Favorable</i>	76,5%	Setuju
15	Menurut saya aplikasi Muslim Pro sulit digunakan oleh beberapa kalangan seperti orang tua	<i>Unfavorable</i>	45%	Kurang Setuju
16	Saya menyukai aplikasi Muslim Pro karena memiliki sejumlah fitur ibadah yang beragam	<i>Favorable</i>	80,5%	Sangat Setuju
17	Biasanya saya menggunakan fitur <i>prayer times</i> untuk pengingat waktu salat, <i>Qur'an</i> untuk membaca al-Qur'an secara digital, dan <i>qiblah direction</i> untuk menentukan arah kiblat ketika saya berada dalam tempat yang baru.	<i>Favorable</i>	79,5%	Setuju
18	Dengan menggunakan fitur <i>inspiration</i> untuk mempelajari ajaran agama Islam, saya jadi sering melakukan perbuatan terpuji	<i>Favorable</i>	62,5%	Setuju
19	Saya jarang memakai aplikasi Muslim Pro dari pada aplikasi lain karena fiturnya monoton	<i>Unfavorable</i>	54%	Kurang Setuju
20	Saya memilih menggunakan aplikasi Muslim Pro karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja	<i>Favorable</i>	77%	Setuju
21	Aplikasi Muslim Pro dapat saya gunakan ketika sedang berada di luar kota	<i>Favorable</i>	79,5%	Setuju
22	Menurut saya, aplikasi Muslim Pro hanya bisa digunakan dalam wilayah perkotaan	<i>Unfavorable</i>	60,5%	Tidak Setuju
23	Aplikasi Muslim Pro hanya bisa digunakan dalam kondisi terhubung dengan jaringan internet	<i>Unfavorable</i>	41,5%	Kurang Setuju

24	Saya senang sekali karena dengan aplikasi Muslim Pro saya bisa beribadah dengan mudah	<i>Favorable</i>	75,5%	Setuju
25	Aplikasi Muslim Pro memberikan saya kesan lebih betah dalam beribadah	<i>Favorable</i>	67,5%	Setuju
26	Aplikasi Muslim Pro tidak terlalu membuat saya merasa bahagia	<i>Unfavorable</i>	56%	Kurang Setuju
27	Aplikasi Muslim Pro seringkali menyusahkan saya karena ada fitur yang tidak bisa digunakan	<i>Unfavorable</i>	54%	Kurang Setuju
28	Saya seringkali menggunakan aplikasi Muslim Pro ketika saya sedang berpergian	<i>Favorable</i>	76%	Setuju
29	Aplikasi Muslim Pro terkadang membuat saya lebih cenderung lebih malas berpergian	<i>Unfavorable</i>	66,5%	Tidak Setuju
	Rata-Rata	<i>Favorable</i>	75,5%	Setuju
		<i>Unfavorable</i>	54,9	Kurang Setuju

#### Kualitas Penggunaan Aplikasi Muslim Pro

Setelah mengetahui frekuensi dan persentase dari setiap item pernyataan, dalam sub-bab ini akan disajikan kualitas penggunaan aplikasi Muslim Pro secara lebih spesifik. Namun, sebelumnya akan dideskripsikan terlebih dahulu data distribusi frekuensi penggunaan aplikasi Muslim Pro secara keseluruhan dengan mencari jumlah kelas interval, rata-rata (R) dan panjang kelas interval penggunaan aplikasi Muslim Pro sebagai berikut:

##### 1) Mencari Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 50 \\
 &= 1 + 3,3.1,6 \\
 &= 1 + 5,28 \\
 &= 6,28 \text{ dibulatkan menjadi } 7
 \end{aligned}$$

##### 2) Mencari Range (R)

$$R = X_t - X_r$$

$$= 109 - 47$$

$$= 62$$

3) Menentukan Panjang Kelas Interval

$$I = \frac{R}{K}$$

$$= \frac{62}{7}$$

= 8,85 dibulatkan menjadi 9

Maka dapat diperoleh interval nilai seperti tabel berikut:

**Tabel 12.31**  
**Distribusi Frekuensi**  
**Skor Variabel Penggunaan Aplikasi Muslim Pro**

No	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
1	47 – 55	2	4%
2	56 – 64	2	4%
3	65 – 73	6	12%
4	74 – 82	21	42%
5	83 – 91	10	20%
6	92 – 100	7	14%
7	101 – 109	2	4%

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa frekuensi tertinggi penggunaan aplikasi Muslim Pro terdapat pada skor 74-82 sebanyak 21 responden dengan persentase 42% dan frekuensi terendah yaitu skor 47-55, 56-64, dan 101-109 sebanyak 2 dengan persentase 4%. Setelah diketahui distribusi frekuensinya, kemudian mencari rata-rata dan standar deviasi untuk menentukan kualitas penggunaan aplikasi Muslim Pro dengan bantuan program SPSS 25.0. Maka, hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 12.32**  
**Hasil Statistika Deskriptif Penggunaan Aplikasi Muslim Pro**  
**Descriptive Statistics**

N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic

Nilai Penggunaan Aplikasi Muslim Pro	50	62	47	109	3969	79.38	11.512
Valid N (listwise)	50						

Setelah diketahui nilai rata-rata (*mean*) variabel penggunaan aplikasi Muslim Pro sebesar 79,38 dan nilai standar deviasi sebesar 11,512, kemudian skor diverifikasi dengan tabel kriteria. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

Skor maksimal = 109

Skor minimal = 47

Rentang skor = 62

Interval = 62/3

= 20,6 dibulatkan menjadi 21

**Tabel 12.33**  
**Kualitas Variabel X (Penggunaan Aplikasi Muslim Pro)**

No	Interval	Kualitas	Rata-rata	Kriteria
1	47-67	Rendah	79.38	Sedang
2	68-88	Sedang		
3	89-109	Tinggi		

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa penggunaan aplikasi Muslim Pro oleh Muslim milenial Kota Malang termasuk dalam kategori sedang yaitu berada pada interval 68-88.

#### **4.1.4 Tabulasi Kuesioner Penggunaan Aplikasi Umma**

Tabulasi data kuesioner penggunaan aplikasi Umma dengan frekuensi jawaban dari setiap responden dan persentase dari setiap item pernyataannya disajikan dalam tabel 13.1 sampai 12.32 berikut ini:

**Tabel 13.1**

1. Saya mengetahui aplikasi Umma

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	22	44,0
Setuju	26	52,0
Kurang Setuju	1	2,0
Tidak Setuju	1	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 22 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 44%, 26 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 52%, 1 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 2%, 1 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden mengetahui aplikasi Umma dan penggunaannya dengan baik.

Tabel 13.2

2. Saya mengetahui fungsi dan manfaat aplikasi Umma dengan baik

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	21	42,0
Setuju	25	50,0
Kurang Setuju	3	6,0
Tidak Setuju	1	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 21 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 42%, 25 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 50%, 3 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 6%, 1 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden

yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden mengetahui fungsi dan manfaat aplikasi Umma dengan baik.

**Tabel 13.3**

**3. Saya tidak terlalu mengetahui siapa pengembang aplikasi Umma**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	13	26,0
Setuju	28	56,0
Kurang Setuju	8	16,0
Tidak Setuju	1	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 13 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 26%, 28 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 56%, 8 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 16%, 1 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *tidak setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung tidak terlalu mengetahui siapa pengembang aplikasi Umma.

**Tabel 13.4**

**4. Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu dengan aplikasi Umma**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	25	50,0
Setuju	20	40,0
Kurang Setuju	5	10,0

Tidak Setuju	1	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 25 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 50%, 20 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 40%, 5 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 10%, 1 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *sangat setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu dengan aplikasi Umma.

**Tabel 13.5**

**5. Saya seringkali bangun malam untuk salat Tahajjud selepas mengunduh aplikasi Umma**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	2	4,0
Setuju	17	34,0
Kurang Setuju	26	52,0
Tidak Setuju	4	8,0
Sangat Tidak Setuju	1	2,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 2 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 4%, 17 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 34%, 26 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 52%, 4 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 8%, dan 1 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 2%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar



terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden tidak bangun malam untuk salat Tahajjud selepas mengunduh aplikasi Umma.

**Tabel 13.6**

**6. Aplikasi Umma tidak terlalu membuat saya lebih rajin salat lima waktu**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	1	2,0
Setuju	10	20,0
Kurang Setuju	23	46,0
Tidak Setuju	9	18,0
Sangat Tidak Setuju	7	14,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 1 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 2%, 10 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 20%, 23 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 46%, 9 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 18%, dan 7 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 14%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *tidak setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih rajin salat lima waktu selepas mengunduh aplikasi Umma.

**Tabel 13.7**

**7. Aplikasi Umma menjadikan saya sulit berinteraksi dengan orang lain yang tidak sependapat dalam agama**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	1	2,0
Setuju	1	2,0
Kurang Setuju	16	32,0
Tidak Setuju	15	30,0
Sangat Tidak Setuju	17	34,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 1 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 2%, 1 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 2%, 16 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 32%, 15 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 30%, dan 17 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 34%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *sangat tidak setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden cenderung merasa lebih mudah berinteraksi dengan orang lain yang tidak sependapat dalam agama dengan aplikasi Umma.

**Tabel 13.8**  
**8. Saya lebih mudah mencari arah kiblat dengan aplikasi Umma**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	24	48,0
Setuju	25	50,0
Kurang Setuju	1	2,0
Tidak Setuju	0	0,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 24 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 48%, 25 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 50%, 1 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 2%, tidak ada responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 0%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden cenderung merasa lebih mudah mencari arah kiblat dengan aplikasi Umma.

Tabel 13.9

## 9. Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Umma

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	8	16,0
Setuju	29	58,0
Kurang Setuju	10	20,0
Tidak Setuju	0	0,0
Sangat Tidak Setuju	3	6,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 8 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 16%, 29 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 58%, 10 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 20%, tidak ada responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 0%, dan 3 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 6%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden cenderung lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Umma.

Tabel 13.10

## 10. Aplikasi Umma tidak terlalu menjadikan saya lebih baik dalam bersikap dan bertingkah laku

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	3	6,0
Setuju	4	8,0
Kurang Setuju	25	50,0
Tidak Setuju	11	22,0
Sangat Tidak Setuju	7	14,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 3 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 6%, 4 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 8%, 25 responden

yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 50%, 11 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 22%, dan 7 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 14%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap Umma dapat menjadikan mereka lebih baik dalam bersikap dan bertindak laku.

**Tabel 13.11**

**11. Aplikasi Umma tidak membuat saya lebih sering ke masjid**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	3	6,0
Setuju	11	22,0
Kurang Setuju	22	44,0
Tidak Setuju	8	16,0
Sangat Tidak Setuju	6	12,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 3 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 6%, 11 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 22%, 22 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 44%, 8 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 16%, dan 6 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 12%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap Umma dapat menjadikan mereka lebih rajin pergi ke masjid.

**Tabel 13.12**

**12. Saya merasa lebih mudah membaca al-Qur'an secara digital melalui aplikasi Umma daripada harus membawa al-Qur'an versi cetak**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
---------------------------	------------------	-----------------------

Sangat Setuju	11	22,0
Setuju	20	40,0
Kurang Setuju	13	26,0
Tidak Setuju	3	6,0
Sangat Tidak Setuju	3	6,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 11 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 22%, 20 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 40%, 13 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 26%, 3 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 6%, dan 3 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 6%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung merasa lebih mudah membaca al-Qur'an secara digital melalui aplikasi Umma daripada harus membawa al-Qur'an versi cetak.

**Tabel 13.13**

**13. Menurut saya aplikasi Umma praktis digunakan**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	25	50,0
Setuju	23	46,0
Kurang Setuju	2	4,0
Tidak Setuju	0	0,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 25 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 50%, 23 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 46%, 2 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 4%, tidak ada responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 0%, dan tidak ada responden

yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *sangat setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap aplikasi Umma praktis digunakan.

**Tabel 13.14**

**14. Menurut saya desain aplikasi Umma sangat menarik**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	15	30,0
Setuju	30	60,0
Kurang Setuju	5	10,0
Tidak Setuju	0	0,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 15 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 30%, 30 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 60%, 5 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 10%, tidak ada responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 0%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap aplikasi Umma memiliki desain yang sangat menarik.

**Tabel 13.15**

**15. Saya lebih senang menggunakan aplikasi Umma karena tampilannya modern**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	13	26,0
Setuju	28	56,0
Kurang Setuju	9	18,0
Tidak Setuju	0	0,0

Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 13 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 26%, 28 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 56%, 9 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 18%, tidak ada responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 0%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden merasa senang menggunakan aplikasi Umma karena tampilannya modern.

**Tabel 13.16**

**16. Saya jarang membuka aplikasi Umma karena saya tidak terlalu suka dengan tampilannya**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	1	2,0
Setuju	5	10,0
Kurang Setuju	24	48,0
Tidak Setuju	17	34,0
Sangat Tidak Setuju	3	6,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 1 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 2%, 5 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 10%, 24 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 48%, 17 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 34%, dan 3 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 6%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut

menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung sering membuka aplikasi Umma karena suka dengan tampilannya.

**Tabel 13.17**

**17. Menurut saya desain aplikasi Umma masih kuno**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	0	0,0
Setuju	3	6,0
Kurang Setuju	34	68,0
Tidak Setuju	11	22,0
Sangat Tidak Setuju	2	4,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, tidak ada responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 0%, 3 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 6%, 34 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 68%, 11 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 22%, dan 2 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 4%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap desain aplikasi Umma sudah modern.

**Tabel 13.18**

**18. Aplikasi Umma sangat mudah digunakan oleh siapapun**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	14	28,0
Setuju	34	68,0
Kurang Setuju	2	4,0
Tidak Setuju	0	0,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>



Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 14 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 34%, 34 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 68%, 2 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 4%, tidak ada responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 0%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap aplikasi Umma sangat mudah digunakan oleh siapapun.

**Tabel 13.19**

**19. Saya biasanya menggunakan aplikasi Umma saat saya berada di tempat yang jauh dari al-Qur'an**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	13	26,0
Setuju	29	58,0
Kurang Setuju	5	10,0
Tidak Setuju	1	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 13 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 26%, 29 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 58%, 5 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 10%, 1 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menggunakan aplikasi Umma saat mereka berada di tempat yang jauh dari al-Qur'an.

**Tabel 13.20**

**20. Menurut saya aplikasi Umma sulit digunakan oleh beberapa kalangan seperti orang tua**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	6	12,0
Setuju	12	24,0
Kurang Setuju	27	54,0
Tidak Setuju	5	10,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 6 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 12%, 12 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 24%, 27 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 54%, 5 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 10%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap Umma sebagai aplikasi yang mudah digunakan oleh siapapun termasuk kalangan orang tua.

**Tabel 13.21**

**21. Saya menyukai aplikasi Umma karena memiliki sejumlah fitur ibadah yang beragam**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	20	40,0
Setuju	27	54,0
Kurang Setuju	2	4,0
Tidak Setuju	1	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 20 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 40%, 27 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 54%, 2 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 4%, 1 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih menyukai aplikasi Umma karena memiliki sejumlah fitur ibadah yang beragam.

**Tabel 13.22**

**22. Biasanya menggunakan fitur *prayer times* untuk pengingat waktu salat, *Qur'an* untuk membaca al-Qur'an secara digital, dan *qiblah direction* untuk menentukan arah kiblat ketika saya berada dalam tempat yang baru.**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	22	44,0
Setuju	26	52,0
Kurang Setuju	1	2,0
Tidak Setuju	1	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 22 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 44%, 26 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 52%, 1 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 2%, 1 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menggunakan fitur *prayer times* untuk pengingat waktu salat, *Qur'an* untuk membaca al-Qur'an

secara digital, dan *qiblah direction* untuk menentukan arah kiblat ketika mereka berada dalam tempat yang baru.

**Tabel 13.23**

**23. Dengan menggunakan fitur *live streaming* dan *Q&A* untuk belajar seputar agama Islam dengan para ustadz dan narasumber lainnya, saya jadi sering berbuat baik kepada sesama**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	10	20,0
Setuju	25	50,0
Kurang Setuju	11	22,0
Tidak Setuju	3	6,0
Sangat Tidak Setuju	1	2,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 10 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 20%, 25 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 50%, 11 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 22%, 3 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 6%, dan 1 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 2%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menggunakan fitur *live streaming* dan *Q&A* untuk belajar seputar agama Islam dengan para ustadz dan narasumber lainnya, saya jadi sering berbuat baik kepada sesama

**Tabel 13.24**

**24. Saya jarang memakai aplikasi Umma dari pada aplikasi lain karena fiturnya monoton**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	4	8,0
Setuju	6	12,0
Kurang Setuju	29	58,0
Tidak Setuju	9	18,0
Sangat Tidak Setuju	2	4,0

<b>Jumlah</b>	50	100,0
---------------	----	-------

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 4 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 8%, 6 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 12%, 29 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 58%, 9 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 18%, dan 2 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 4%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung sering menggunakan aplikasi Umma daripada aplikasi lain karena fiturnya yang beragam.

**Tabel 13.25**

**25. Saya memilih menggunakan aplikasi Umma karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	17	34,0
Setuju	29	58,0
Kurang Setuju	4	8,0
Tidak Setuju	0	0,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 17 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 34%, 29 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 58%, 4 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 8%, tidak ada responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 0%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan

bahwa rata-rata para responden lebih cenderung memilih menggunakan aplikasi Umma karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja.

**Tabel 13.26**

**26. Saya senang sekali karena dengan aplikasi Umma saya bisa beribadah dengan mudah**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	15	30,0
Setuju	29	58,0
Kurang Setuju	4	8,0
Tidak Setuju	2	4,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 15 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 30%, 29 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 58%, 4 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 8%, 2 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 4%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung merasa senang sekali karena dengan aplikasi Umma mereka bisa beribadah dengan mudah.

**Tabel 13.27**

**27. Aplikasi Umma memberikan saya kesan lebih betah dalam beribadah**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	10	20,0
Setuju	25	50,0
Kurang Setuju	15	30,0
Tidak Setuju	0	0,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 10 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 20%, 25 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 50%, 15 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 30%, tidak ada responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 0%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menganggap Umma memberikan mereka kesan lebih betah dalam beribadah.

**Tabel 13.28**

**28. Aplikasi Umma tidak terlalu membuat saya merasa Bahagia**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	3	6,0
Setuju	8	16,0
Kurang Setuju	29	58,0
Tidak Setuju	10	20,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 3 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 6%, 8 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 16%, 29 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 58%, 10 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 20%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung merasa Bahagia dengan adanya aplikasi Umma.

Tabel 13.29

29. Aplikasi Umma seringkali menyusahkan saya karena ada fitur yang tidak bisa digunakan

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	3	6,0
Setuju	6	12,0
Kurang Setuju	26	52,0
Tidak Setuju	12	24,0
Sangat Tidak Setuju	3	6
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 3 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 6%, 6 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 12%, 26 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 52%, 12 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 24%, dan 3 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 6%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden cenderung merasa aplikasi Umma tidak menyusahkan mereka karena ada semua fitur dapat digunakan.

Tabel 13.30

30. Saya seringkali menggunakan aplikasi Umma ketika saya sedang berpergian

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	21	42,0
Setuju	24	48,0
Kurang Setuju	2	4,0
Tidak Setuju	3	6,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 21 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 42%, 24 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 48%, 2 responden



yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 4%, 3 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 6%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung sering menggunakan aplikasi Umma ketika saya sedang berpergian.

**Tabel 13.31**

**31. Saya seringkali menggunakan aplikasi Umma saat saya sedang tidak di rumah**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	12	24,0
Setuju	33	66,0
Kurang Setuju	3	6,0
Tidak Setuju	2	4,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 12 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 24%, 33 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 66%, 3 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 2%, 2 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 4%, dan tidak ada responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menggunakan aplikasi Umma saat mereka sedang tidak di rumah.

**Tabel 13.32**

**32. Saya menggunakan aplikasi Umma tidak hanya untuk ibadah, melainkan juga agar terlihat modern dan kekinian**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	8,0
Setuju	6	12,0
Kurang Setuju	28	56,0
Tidak Setuju	6	12,0
Sangat Tidak Setuju	6	12,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden pengguna aplikasi Umma, 4 responden menyatakan *sangat setuju* dengan persentase 8%, 6 responden menyatakan *setuju* dengan persentase 12%, 28 responden yang menyatakan *kurang setuju* dengan persentase 56%, 6 responden menyatakan *tidak setuju* dengan persentase 12%, dan 6 responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dengan persentase 12%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada alternatif jawaban *kurang setuju*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata para responden lebih cenderung menggunakan aplikasi Umma hanya untuk ibadah, bukan melainkan agar terlihat modern dan kekinian.

**Tabel 13.33**  
**Hasil Persentase Nilai Skala *Likert* dari Kuesioner Penggunaan Aplikasi Umma**

No	Pernyataan	Keterangan	Nilai Skala <i>Likert</i>	Jawaban
1	Saya mengetahui aplikasi Umma	<i>Favorable</i>	84,5%	Sangat Setuju
2	Saya mengetahui fungsi dan manfaat aplikasi Umma dengan baik	<i>Favorable</i>	83%	Sangat Setuju
3	Saya tidak terlalu mengetahui siapa pengembang aplikasi Umma	<i>Unfavorable</i>	23,5%	Setuju
4	Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu dengan aplikasi Umma	<i>Favorable</i>	84,5%	Sangat Setuju

5	Saya seringkali bangun malam untuk salat Tahajjud selepas mengunduh aplikasi Umma	<i>Favorable</i>	57,5%	Kurang Setuju
6	Aplikasi Umma tidak terlalu membuat saya lebih rajin salat lima waktu	<i>Unfavorable</i>	55,5%	Kurang Setuju
7	Aplikasi Umma menjadikan saya sulit berinteraksi dengan orang lain yang tidak sependapat dalam agama	<i>Unfavorable</i>	73%	Tidak Setuju
8	Saya lebih mudah mencari arah kiblat dengan aplikasi Umma	<i>Favorable</i>	86,5%	Sangat Setuju
9	Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Umma	<i>Favorable</i>	69,5%	Setuju
10	Aplikasi Umma tidak terlalu menjadikan saya lebih baik dalam bersikap dan bertingkah laku	<i>Unfavorable</i>	57,5%	Kurang Setuju
11	Aplikasi Umma tidak membuat saya lebih sering ke masjid	<i>Unfavorable</i>	51,5%	Kurang Setuju
12	Saya merasa lebih mudah membaca al-Qur'an secara digital melalui aplikasi Umma daripada harus membawa al-Qur'an versi cetak	<i>Favorable</i>	66,5%	Setuju
13	Menurut saya aplikasi Umma praktis digunakan	<i>Favorable</i>	86,5%	Sangat Setuju
14	Menurut saya desain aplikasi Umma sangat menarik	<i>Favorable</i>	80%	Sangat Setuju
15	Saya lebih senang menggunakan aplikasi Umma karena tampilannya modern	<i>Favorable</i>	77%	Setuju
16	Saya jarang membuka aplikasi Umma karena saya tidak terlalu suka dengan tampilannya	<i>Unfavorable</i>	58%	Kurang Setuju
17	Menurut saya desain aplikasi Umma masih kuno	<i>Unfavorable</i>	56%	Kurang Setuju
18	Aplikasi Umma sangat mudah digunakan oleh siapapun	<i>Favorable</i>	81%	Sangat Setuju
19	Saya biasanya menggunakan aplikasi Umma saat saya berada di tempat yang jauh dari al-Qur'an	<i>Favorable</i>	75%	Setuju

20	Menurut saya aplikasi Umma sulit digunakan oleh beberapa kalangan seperti orang tua	<i>Unfavorable</i>	40,5%	Kurang Setuju
21	Saya menyukai aplikasi Umma karena memiliki sejumlah fitur ibadah yang beragam	<i>Favorable</i>	83%	Sangat Setuju
22	Biasanya menggunakan fitur <i>prayer times</i> untuk pengingat waktu salat, <i>Qur'an</i> untuk membaca al-Qur'an secara digital, dan <i>qiblah direction</i> untuk menentukan arah kiblat ketika saya berada dalam tempat yang baru.	<i>Favorable</i>	84,5%	Sangat Setuju
23	Dengan menggunakan fitur <i>live streaming</i> dan <i>Q&amp;A</i> untuk belajar seputar agama Islam dengan para ustadz dan narasumber lainnya, saya jadi sering berbuat baik kepada sesama	<i>Favorable</i>	72,5%	Setuju
24	Saya jarang memakai aplikasi Umma dari pada aplikasi lain karena fiturnya monoton	<i>Unfavorable</i>	49,5%	Kurang Setuju
25	Saya memilih menggunakan aplikasi Umma karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja	<i>Favorable</i>	81,5%	Sangat Setuju
26	Saya senang sekali karena dengan aplikasi Umma saya bisa beribadah dengan mudah	<i>Favorable</i>	78.5%	Setuju
27	Aplikasi Umma memberikan saya kesan lebih betah dalam beribadah	<i>Favorable</i>	72,5%	Setuju
28	Aplikasi Umma tidak terlalu membuat saya merasa bahagia	<i>Unfavorable</i>	48%	Kurang Setuju
29	Aplikasi Umma seringkali menyusahkan saya karena ada fitur yang tidak bisa digunakan	<i>Unfavorable</i>	53%	Kurang Setuju
30	Saya seringkali menggunakan aplikasi Umma ketika saya sedang berpergian	<i>Favorable</i>	81,5%	Sangat Setuju

31	Saya seringkali menggunakan aplikasi Umma saat saya sedang tidak di rumah	<i>Favorable</i>	77.5%	Setuju
32	Saya menggunakan aplikasi Umma tidak hanya untuk ibadah, melainkan juga agar terlihat modern dan kekinian	<i>Favorable</i>	48%	Kurang Setuju
	Rata-Rata	<i>Favorable</i>	76,7%	Setuju
		<i>Unfavorable</i>	51,4	Kurang Setuju

### Kualitas Penggunaan Aplikasi Umma

Setelah mengetahui frekuensi dan persentase dari setiap item pernyataan, dalam sub-bab ini akan disajikan kualitas penggunaan aplikasi Umma secara lebih spesifik. Namun, sebelumnya akan dideskripsikan terlebih dahulu data distribusi frekuensi penggunaan aplikasi Umma secara keseluruhan dengan mencari jumlah kelas interval, rata-rata (R) dan Panjang kelas interval penggunaan aplikasi Umma sebagai berikut:

#### 4) Mencari Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 50 \\
 &= 1 + 3,3.1,6 \\
 &= 1 + 5,28 \\
 &= 6,28 \text{ dibulatkan menjadi } 7
 \end{aligned}$$

#### 5) Mencari Range (R)

$$\begin{aligned}
 R &= X_t - X_r \\
 &= 112 - 50 \\
 &= 62
 \end{aligned}$$

#### 6) Menentukan Kelas Interval

$$\begin{aligned}
 I &= \frac{R}{K} \\
 &= \frac{62}{7} \\
 &= 8,85 \text{ dibulatkan menjadi } 9
 \end{aligned}$$

Maka dapat diperoleh interval nilai seperti tabel berikut:

**Tabel 12.34**  
**Distribusi Frekuensi**  
**Skor Variabel Penggunaan Aplikasi Umma**

No	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
1	50 – 58	1	2%
2	59 – 67	2	4%
3	68 – 76	7	14%
4	77 – 85	15	30%
5	86 – 94	13	26%
6	95 – 103	5	10%
7	104 – 112	7	14%

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa frekuensi tertinggi penggunaan aplikasi Muslim Pro terdapat pada skor 77-85 sebanyak 15 responden dengan persentase 30% dan frekuensi terendah yaitu skor 50-58 sebanyak 1 dengan persentase 2%. Setelah diketahui distribusi frekuensinya, kemudian mencari rata-rata dan standar deviasi untuk menentukan kualitas dengan bantuan program SPSS 25.0. Maka, hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 12.35**  
**Hasil Statistika Deskriptif Penggunaan Aplikasi Umma**  
**Descriptive Statistics**

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
Nilai Penggunaan Aplikasi Umma	50	62	50	112	4354	87.08	13.005
Valid N (listwise)	50						

Setelah diketahui nilai rata-rata (mean) variabel penggunaan aplikasi Umma sebesar 87,08 dan nilai standar deviasi sebesar 13,005, kemudian skor diverifikasi dengan tabel kriteria. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

Skor maksimal = 112

Skor minimal = 50  
 Rentang skor = 62  
 Interval =  $62/3$   
 = 20,6 dibulatkan menjadi 21

**Tabel 12.36**  
**Kualitas Variabel X2 (Penggunaan Aplikasi Umma)**

No	Interval	Kualitas	Rata-rata	Kriteria
1	50-70	Rendah	87.08	Sedang
2	71-91	Sedang		
3	92-112	Tinggi		

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa penggunaan aplikasi Umma oleh Muslim milenial Kota Malang termasuk dalam kategori sedang yaitu berada pada interval 71-91.

#### **4.1.5 Tabulasi Kuesioner Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Pengguna Aplikasi Muslim Pro**

Tabulasi data kuesioner tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro dengan frekuensi jawaban dari setiap responden dan persentase dari setiap item pernyataannya disajikan dalam tabel 14.1 sampai 12.28 berikut ini:

**Tabel 14.1**

1. Selain Al-Qur'an yang dibaca Ketika anda melakukan salat, jika dirata-rata dalam seminggu terakhir, berapa kali anda membaca Al-Qur'an dalam satu hari?

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
a. Saya tidak bisa membaca Al-Qur'an	0	0,0
b. Saya bisa membaca Al-Qur'an tetapi belakangan ini saya jarang membacanya	22	44,0
c. Saya membaca Al-Qur'an setiap hari	19	38,0
d. Saya membaca Al-Qur'an dan terjemahannya, serta memahami isi	9	18,0

atau makna dari ayat Al-Qur'an yang saya baca		
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden yang menyatakan *saya tidak bisa membaca al-Qur'an* dengan persentase 0%, 22 responden menyatakan *saya bisa membaca al-Qur'an tetapi belakangan ini saya jarang membacanya* dengan persentase 44%, 19 responden menyatakan *saya membaca al-Qur'an setiap hari* dengan persentase 38%, dan 9 responden menyatakan *saya membaca al-Qur'an dan terjemahannya, serta memahami isi atau makna dari ayat al-Qur'an yang saya baca* dengan persentase 18%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *saya bisa membaca Al-Qur'an tetapi belakangan ini saya jarang membacanya*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro bisa membaca al-Qur'an, namun tidak membacanya secara kontinyu setiap hari.

**Tabel 14.2**

**2. Berapa kali anda melaksanakan salat setiap harinya?**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
0	0	0,0
1	0	0,0
2	1	2,0
3	2	4,0
4	1	2,0
5	46	92,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden yang menyatakan *tidak pernah* salat dengan persentase 0%, tidak ada responden menyatakan salat *satu kali* dengan persentase 0%, 1 responden menyatakan salat *dua kali* dengan



persentase 2%, 2 responden menyatakan menyatakan salat *tiga kali* dengan persentase 4%, dan 1 responden menyatakan salat *empat kali* dengan persentase 2%, dan 46 responden menyatakan salat *lima kali* dengan persentase 92%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban salat *lima kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro melaksanakan salat lima kali dalam sehari.

**Tabel 14.3**

3. Terdapat waktu tertentu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan salat 5 waktu, dan waktu yang paling baik untuk melaksanakan salat adalah pada saat awal waktu salat tersebut. Berapa kali dalam sehari anda melaksanakan salat tepat pada saat awal waktu salat?

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
0	0	0,0
1	1	2,0
2	5	10,0
3	19	38,0
4	9	18,0
5	16	32,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden yang menyatakan *tidak pernah* salat di awal waktu dengan persentase 0%, 1 responden menyatakan salat *satu kali* dengan persentase 2%, 5 responden menyatakan salat *dua kali* di awal waktu dengan persentase 10%, dan 19 responden menyatakan salat *tiga kali* dengan persentase 38%, dan 9 responden menyatakan salat *empat kali* di awal waktu dengan persentase 18%, dan 16 responden menyatakan salat *lima kali* di awal waktu dengan persentase 32%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban salat *lima kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro melaksanakan salat hanya tiga kali di awal waktu dalam sehari.

Tabel 14.4

4. Allah telah memerintahkan kita untuk senantiasa meminta kepada-Nya terkait berbagai macam hal, baik itu yang berhubungan dengan dunia ataupun akhirat, dan Allah pun berjanji akan mengabulkan apa yang kita minta pada-Nya. Kemudian Allah juga menyebutkan bahwasannya, barangsiapa yang lebih mengutamakan kepentingannya dibanding Allah, maka tempatnya adalah di neraka. Berapa kali dalam kehidupan sehari-hari anda menempatkan Allah sebagai yang utama dibandingkan kepentingan anda?

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
0	0	0,0
1	1	2,0
2	1	2,0
3	11	22,0
4	6	12,0
5	31	62,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden yang menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 0%, 1 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 2%, 1 responden menyatakan *dua kali* dengan persentase 2%, dan 11 responden menyatakan *tiga kali* dengan persentase 22%, dan 6 responden menyatakan *empat kali* dengan persentase 12%, dan 31 responden menyatakan *lima kali* dengan persentase 62%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lima kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro menempatkan Allah sebagai kepentingan yang utama dibanding kepentingan pribadi selama lima kali dalam sehari.

Tabel 14.5

5. Terdapat istilah *Nawafil* atau salat sebelum dan sesudah salat 5 waktu, yang sangat disarankan dan dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Berapa kali anda sudah melaksanakan *Nawafil* tersebut dalam kegiatan sehari-hari anda?

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
a. Tidak ada satu <i>Nawafil</i> pun yang saya lakukan dalam sehari ini	16	32,0

b. Hanya satu <i>Nawafil</i> yang saya lakukan dalam sehari ini	10	20,0
c. 2-3 <i>Nawafil</i> yang saya lakukan dalam sehari ini	15	30,0
d. Lebih dari 3 <i>Nawafil</i> saya lakukan dalam sehari ini	9	18,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 16 responden yang menyatakan *tidak ada satu Nawafil pun yang saya lakukan dalam sehari ini* dengan persentase 32%, 10 responden menyatakan *hanya satu Nawafil yang saya lakukan dalam sehari ini* dengan persentase 20%, 15 responden menyatakan *2-3 Nawafil yang saya lakukan dalam sehari ini* dengan persentase 30%, dan 9 responden menyatakan *lebih dari 3 Nawafil saya lakukan dalam sehari ini* dengan persentase 38%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *salat tidak ada satu Nawafil pun yang saya lakukan dalam sehari ini*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro tidak pernah melakukan satu Nawafil pun dalam sehari.

**Tabel 14.6**

**6. Sudah berapa kali anda bersedekah dalam hari-hari anda?**

**Contohnya: memberikan uang sedekah, memberi makanan pada tetangga atau teman sejawat, mengerjakan atau berbagi ilmu yang anda ketahui kepada orang lain dan lain sebagainya.**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
a. Saya tidak melakukan sedekah apapun belakangan ini	10	20,0
b. Hanya satu kali saya bersedekah dalam setiap hari	20	40,0
c. 2-4 kali saya bersedekah dalam setiap hari	12	24,0
d. Lebih dari 4 kali sedekah saya lakukan dalam sehari	8	16,0

<b>Jumlah</b>	50	100,0
---------------	----	-------

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 10 responden menyatakan *saya tidak melakukan sedekah apapun belakangan ini* dengan persentase 20%, 20 responden menyatakan *hanya satu kali saya bersedekah dalam setiap hari* dengan persentase 20%, 12 responden menyatakan *2-4 kali saya bersedekah dalam setiap hari* dengan persentase 24%, dan 8 responden menyatakan *lebih dari 4 kali sedekah saya lakukan dalam sehari* dengan persentase 38%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *hanya satu kali saya bersedekah dalam setiap hari*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro hanya bersedekah sekali dalam setiap harinya.

**Tabel 14.7**

**7. Berkata jujur dalam keadaan apapun**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	1	2,0
1x	1	2,0
2-3x	10	20,0
L3x	38	76,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 1 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 2%, 1 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 2%, 10 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 20%, dan 38 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 76%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lebih dari 3 kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang

pengguna aplikasi Muslim Pro telah berkata jujur dalam keadaan apapun lebih dari tiga kali dalam seumur hidupnya.

**Tabel 14.8**

**8. Berbakti kepada orang tua**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	0	0,0
1x	0	0,0
2-3x	6	12,0
L3x	44	88,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 0%, tidak ada responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 0%, 6 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 12%, dan 44 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 88%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lebih dari 3 kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro sering berbakti kepada orang tua lebih dari tiga kali dalam seumur hidupnya.

**Tabel 14.9**

**9. Menepati janji**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	0	0,0
1x	0	0,0
2-3x	9	18,0
L3x	41	82,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden menyatakan *tidak pernah*

dengan persentase 0%, tidak ada responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 0%, 9 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 18%, dan 41 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 82%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lebih dari 3 kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro sering menepati janji lebih dari tiga kali dalam seumur hidupnya.

**Tabel 14.10**

**10. Mendoakan kedua orang tua**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	0	0,0
1x	1	2,0
2-3x	1	2,0
L3x	48	96,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 0%, 1 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 2%, 1 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 2%, dan 48 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 96%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lebih dari 3 kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro sering mendoakan kedua orangtuanya lebih dari tiga kali dalam seumur hidupnya.

**Tabel 14.11**

**11. Ikhlas memohon ampunan-Nya dengan tidak mengulangi kesalahan atau dosa yang sama**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Pernah (TP)	1	2,0
1x	1	2,0
2-3x	14	28,0
L3x	34	68,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 1 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 2%, 1 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 2%, 14 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 28%, dan 34 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 68%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lebih dari 3 kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro ikhlas memohon ampunan-Nya dengan tidak mengulangi kesalahan atau dosa yang sama.

**Tabel 14.12**

**12. Mengajak orang lain untuk berbuat kebaikan**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Pernah (TP)	0	0,0
1x	0	0,0
2-3x	22	44,0
L3x	28	56,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 0%, tidak ada responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 0%, 22 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 44%, dan 28 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 56%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lebih dari 3 kali*. Artinya, hal

tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro sering mengajak orang lain untuk berbuat kebaikan.

**Tabel 14.13**

**13. Lebih mendekatkan diri kepada-Nya**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	0	0,0
1x	2	4,0
2-3x	13	26,0
L3x	35	70,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 0%, 2 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 4%, 13 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 26%, dan 35 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 70%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lebih dari 3 kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro sering mendekatkan diri kepada-Nya

**Tabel 14.14**

**14. Membunuh seseorang tanpa sebab**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	50	100,0
1x	0	0,0
2-3x	0	0,0
L3x	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0



Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 50 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 100%, tidak ada responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 0%, tidak ada responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 0%, dan tidak ada responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro tidak pernah membunuh seseorang tanpa sebab.

**Tabel 14.15**

15. Melakukan segala macam tidak kecurangan atau berbuat tidak adil dalam berbagai macam bentuk, seperti mengambil harta milik orang lain yang bukan haknya, mencontek saat ujian, dan lain sebagainya

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Pernah (TP)	26	52,0
1x	9	18,0
2-3x	7	14,0
L3x	8	16,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 26 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 52%, 9 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 18%, 7 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 14%, dan 8 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 16%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro tidak pernah melakukan segala macam tidak kecurangan atau berbuat tidak adil dalam berbagai macam bentuk, seperti

mengambil harta milik orang lain yang bukan haknya, mencontek saat ujian, dan lain sebagainya.

**Tabel 14.16**

**16. Mendekati atau melakukan zina**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	33	66,0
1x	5	10,0
2-3x	8	16,0
L3x	4	8,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 33 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 66%, 5 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 10%, 8 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 16%, dan 4 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 8%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro tidak pernah mendekati atau melakukan zina.

**Tabel 14.17**

**17. Memberikan keterangan palsu**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	41	82,0
1x	3	6,0
2-3x	5	10,0
L3x	1	2,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 41 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 82%, 3 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 6%, 5 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 10%, dan 1 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 2%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro tidak pernah memberikan keterangan palsu.

**Tabel 14.18**

**18. Mengonsumsi barang haram, seperti minimal beralkohol, baik itu dalam bentuk meminum, menjual, dan lain sebagainya**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	46	92,0
1x	1	2,0
2-3x	1	2,0
L3x	2	4,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 46 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 92%, 1 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 2%, 1 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 2%, dan 2 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 4%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro tidak pernah mengonsumsi barang haram, seperti minimal beralkohol, baik itu dalam bentuk meminum, menjual, dan lain sebagainya.

**Tabel 14.19**

**19. Melakukan praktek riba' atau memakan harta riba' (melipatgandakan uang atau bunga bank)**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Pernah (TP)	47	94,0
1x	2	4,0
2-3x	1	2,0
L3x	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 47 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 94%, 2 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 4%, 1 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro tidak pernah melakukan praktek riba' atau memakan harta riba' (melipatgandakan uang atau bunga bank)

**Tabel 14.20**

**20. Mempercayai ramalan**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Pernah (TP)	43	86,0
1x	5	10,0
2-3x	1	2,0
L3x	1	2,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 43 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 86%, 5 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 10%, 1 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 2%, dan 1 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 2%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase

terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro tidak pernah mempercayai ramalan.

**Tabel 14.21**

**21. Memfitnah ataupun mendengar fitnah**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	29	58,0
1x	14	28,0
2-3x	4	8,0
L3x	3	6,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 29 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 58%, 14 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 28%, 4 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 8%, dan 3 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 6%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro tidak pernah memfitnah ataupun mendengar fitnah.

**Tabel 14.22**

**22. Mengkhianati amanat yang telah dipercayakan**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	39	78,0
1x	6	12,0
2-3x	2	4,0
L3x	3	6,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 39 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 78%, 6 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 12%, 2 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 4%, dan 3 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 6%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro tidak pernah mengkhianati kepercayaan yang telah diamanahkan.

**Tabel 14.23**

**23. Berlaku mubazir atau berlebihan, baik itu dalam bentuk makanan ataupun uang**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	13	26,0
1x	18	36,0
2-3x	13	26,0
L3x	6	12,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 13 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 26%, 18 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 36%, 13 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 26%, dan 6 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 12%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *satu kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro pernah berlaku mubazir atau berlebihan, baik itu dalam bentuk makanan ataupun uang satu kali dalam seumur hidup.

**Tabel 14.24**

**24. Berprasangka buruk kepada orang lain, seperti curiga**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Pernah (TP)	8	16,0
1x	19	38,0
2-3x	12	24,0
L3x	11	22,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 8 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 16%, 19 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 38%, 12 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 24%, dan 11 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 22%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *satu kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro pernah berprasangka buruk kepada orang lain, seperti curiga.

**Tabel 14.25**

**25. Berjudi**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Pernah (TP)	48	96,0
1x	1	2,0
2-3x	1	2,0
L3x	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 48 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 96%, 1 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 2%, 1 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase

terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro tidak pernah berjudi.

**Tabel 14.26**

**26. Memberikan sumpah palsu atas nama Allah**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	45	90,0
1x	3	6,0
2-3x	1	2,0
L3x	1	2,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 45 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 90%, 3 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 6%, 1 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 2%, dan 1 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 2%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro tidak pernah memberikan sumpah palsu atas nama Allah.

**Tabel 14.27**

**27. Memberikan sumpah kepada orang lain**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	35	70,0
1x	8	16,0
2-3x	4	8,0
L3x	3	6,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0



Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 35 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 70%, 8 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 16%, 4 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 8%, dan 3 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 6%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro tidak pernah memberikan sumpah kepada orang lain.

**Tabel 14.28**

**28. Mengganggu atau melanggar privasi atau ketentraman orang lain tanpa izin, seperti memasuki rumah orang lain tanpa izin, dan lain sebagainya**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	43	86,0
1x	4	8,0
2-3x	2	4,0
L3x	1	2,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 43 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 86%, 4 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 8%, 2 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 4%, dan 1 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 2%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro tidak pernah mengganggu atau melanggar privasi atau ketentraman orang lain tanpa izin, seperti memasuki rumah orang lain tanpa izin, dan lain sebagainya.

**Tabel 14.29**  
**Hasil Presentase Nilai Skala *Likert* dari Kuesioner Tingkat Religiusitas Muslim Pengguna Aplikasi Muslim Pro**

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Nilai Skala <i>Likert</i></b>	<b>Jawaban</b>
1	Selain Al-Qur'an yang dibaca Ketika anda melakukan salat, jika dirata-rata dalam seminggu terakhir, berapa kali anda membaca Al-Qur'an dalam satu hari?	<i>Favorable</i>	58%	2-3x
2	Berapa kali anda melaksanakan salat setiap harinya?	<i>Favorable</i>	96,8%	L3x
3	Terdapat waktu tertentu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan salat 5 waktu, dan waktu yang paling baik untuk melaksanakan salat adalah pada saat awal waktu salat tersebut. Berapa kali dalam sehari anda melaksanakan salat tepat pada saat awal waktu salat?	<i>Favorable</i>	73,6%	2-3x
4	Allah telah memerintahkan kita untuk senantiasa meminta kepada-Nya terkait berbagai macam hal, baik itu yang berhubungan dengan dunia ataupun akhirat, dan Allah	<i>Favorable</i>	86%	L3x

	<p>pun berjanji akan mengabulkan apa yang kita minta pada-Nya. Kemudian Allah juga menyebutkan bahwasannya, barangsiapa yang lebih mengutamakan kepentingannya dibanding Allah, maka tempatnya adalah di neraka. Berapa kali dalam kehidupan sehari-hari anda menempatkan Allah sebagai yang utama dibandingkan kepentingan anda?</p>			
5	<p>Terdapat istilah <i>Nawafil</i> atau salat sebelum dan sesudah salat 5 waktu, yang sangat disarankan dan dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Berapa kali anda sudah melaksanakan <i>Nawafil</i> tersebut dalam kegiatan sehari-hari anda?</p>	<i>Favorable</i>	44,7%	1x
6	<p>Sudah berapa kali anda bersedekah dalam hari-hari anda? Contohnya: memberikan uang sedekah, memberi makanan pada tetangga atau teman</p>	<i>Favorable</i>	45,4%	1x

	sejawat, mengerjakan atau berbagi ilmu yang anda ketahui kepada orang lain dan lain sebagainya.			
7	Berkata jujur dalam keadaan apapun	<i>Favorable</i>	90%	L3x
8	Berbakti kepada orang tua	<i>Favorable</i>	96%	L3x
9	Menepati janji	<i>Favorable</i>	94%	L3x
10	Mendoakan kedua orang tua	<i>Favorable</i>	98%	L3x
11	Ikhlas memohon ampunan-Nya dengan tidak mengulangi kesalahan atau dosa yang sama	<i>Favorable</i>	87,4%	L3x
12	Mengajak orang lain untuk berbuat kebaikan	<i>Favorable</i>	83,4%	L3x
13	Lebih mendekatkan diri kepada-Nya	<i>Favorable</i>	88,7%	L3x
14	Membunuh seseorang tanpa sebab	<i>Unfavorable</i>	100%	Tidak Pernah
15	Melakukan segala macam tidak kecurangan atau berbuat tidak adil dalam berbagai macam bentuk, seperti mengambil harta milik orang lain yang bukan haknya, mencontek saat ujian, dan lain sebagainya	<i>Unfavorable</i>	68,7%	1x
16	Mendekati atau melakukan zina	<i>Unfavorable</i>	78%	Tidak Pernah

17	Memberikan keterangan palsu	<i>Unfavorable</i>	89,4%	Tidak Pernah
18	Mengkonsumsi barang haram, seperti minimal beralkohol, baik itu dalam bentuk meminum, menjual, dan lain sebagainya	<i>Unfavorable</i>	94%	Tidak Pernah
19	Melakukan praktek riba' atau memakan harta riba' (melipatgandakan uang atau bunga bank)	<i>Unfavorable</i>	97,4%	Tidak Pernah
20	Mempercayai ramalan	<i>Unfavorable</i>	93,4%	Tidak Pernah
21	Memfitnah ataupun mendengar fitnah	<i>Unfavorable</i>	79,4%	Tidak Pernah
22	Mengkhianati amanat yang telah dipercayakan	<i>Unfavorable</i>	87,4%	Tidak Pernah
23	Berlaku mubazir atau berlebihan, baik itu dalam bentuk makanan ataupun uang	<i>Unfavorable</i>	58,7%	1x
24	Berprasangka buruk kepada orang lain, seperti curiga	<i>Unfavorable</i>	49,4%	2-3x
25	Berjudi	<i>Unfavorable</i>	98%	Tidak Pernah
26	Memberikan sumpah palsu atas nama Allah	<i>Unfavorable</i>	94,7%	Tidak Pernah
27	Memberikan sumpah kepada orang lain	<i>Unfavorable</i>	83,4%	Tidak Pernah

28	Mengganggu atau melanggar privasi atau ketentraman orang lain tanpa izin, seperti memasuki rumah orang lain tanpa izin, dan lain sebagainya	<i>Unfavorable</i>	92,7%	Tidak Pernah
	Rata-Rata	<i>Favorable</i>	80,1%	L3x
		<i>Unfavorable</i>	84,2%	Tidak Pernah

#### Kualitas Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Pengguna Aplikasi Muslim Pro

Setelah mengetahui frekuensi dan persentase dari setiap item pernyataan, dalam sub-bab ini akan disajikan kualitas religiusitas Muslim Milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro secara lebih spesifik. Namun, sebelumnya akan dideskripsikan terlebih dahulu data distribusi frekuensi religiusitas Muslim Milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro secara keseluruhan dengan mencari jumlah kelas interval, rata-rata (R) dan Panjang kelas interval sebagai berikut:

##### 1) Mencari Jumlah Interval

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 50 \\
 &= 1 + 3,3.1,6 \\
 &= 1 + 5,28 \\
 &= 6,28 \text{ dibulatkan menjadi } 7
 \end{aligned}$$

##### 2) Mencari Range (R)

$$\begin{aligned}
 R &= X_t - X_r \\
 &= 90 - 48 \\
 &= 42
 \end{aligned}$$

##### 3) Menentukan Kelas Interval

$$I = \frac{R}{K}$$

$$= \frac{42}{7}$$

$$= 6$$

Maka dapat diperoleh interval nilai seperti tabel berikut:

**Tabel 14.30**  
**Distribusi Frekuensi**  
**Skor Variabel Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Pengguna**  
**Aplikasi Muslim Pro**

No	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
1	48 – 52	2	4%
2	53 – 58	0	0%
3	59 – 64	3	6%
4	65 – 70	9	18%
5	71 – 76	16	32%
6	77 – 82	12	24%
7	83 – 90	8	16%

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa frekuensi tertinggi tingkat religiusitas Muslim Milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro terdapat pada skor 71-76 sebanyak 16 responden dengan persentase 32% dan frekuensi terendah yaitu skor 48-52 sebanyak 2 dengan persentase 4%. Setelah diketahui distribusi frekuensinya, kemudian mencari rata-rata dan standar deviasi untuk menentukan kualitas religiusitas Muslim Milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro dengan bantuan program SPSS 25.0. Maka, hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 14.31**  
**Hasil Statistika Deskriptif Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang**  
**Pengguna Aplikasi Muslim Pro**  
**Descriptive Statistics**

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Pengguna Aplikasi Muslim Pro	50	42	48	90	3715	74.30	8.714

Valid N (listwise)	50
--------------------	----

Setelah diketahui nilai rata-rata (mean) variabel tingkat religiusitas Muslim Milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro sebesar 74,30 dan nilai standar deviasi sebesar 8,714, kemudian skor diverifikasi dengan tabel kriteria. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

Skor maksimal = 90

Skor minimal = 48

Rentang skor = 42

Interval = 42/3

= 14

**Tabel 14.32**  
**Kualitas Variabel Y (Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Pengguna Aplikasi Muslim Pro)**

No	Interval	Kualitas	Rata-rata	Kriteria
1	48-61	Rendah	74.30	Sedang
2	62-75	Sedang		
3	76-90	Tinggi		

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Muslim Pro termasuk dalam kategori sedang yaitu berada pada interval 62-75.

#### **4.1.6 Tabulasi Kuesioner Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Pengguna Aplikasi Umma**

Tabulasi data kuesioner tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma dengan frekuensi jawaban dari setiap responden dan persentase dari setiap item pernyataannya disajikan dalam tabel 15.1 sampai 15.30 berikut ini:

**Tabel 15.1**



1. Selain Al-Qur'an yang dibaca Ketika anda melakukan salat, jika dirata-rata dalam seminggu terakhir, berapa kali anda membaca Al-Qur'an dalam satu hari?

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
a. Saya tidak bisa membaca Al-Qur'an	0	0,0
b. Saya bisa membaca Al-Qur'an tetapi belakangan ini saya jarang membacanya	18	36,0
c. Saya membaca Al-Qur'an setiap hari	28	56,0
d. Saya membaca Al-Qur'an dan terjemahannya, serta memahami isi atau makna dari ayat Al-Qur'an yang saya baca	4	8,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden yang menyatakan *saya tidak bisa membaca al-Qur'an* dengan persentase 0%, 18 responden menyatakan *saya bisa membaca al-Qur'an tetapi belakangan ini saya jarang membacanya* dengan persentase 36%, 28 responden menyatakan *saya membaca al-Qur'an setiap hari* dengan persentase 56%, dan 4 responden menyatakan *saya membaca al-Qur'an dan terjemahannya, serta memahami isi atau makna dari ayat al-Qur'an yang saya baca* dengan persentase 8%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *saya membaca al-Qur'an setiap hari*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma membaca al-Qur'an setiap hari secara kontinyu.

**Tabel 15.2**

2. Berapa kali anda melaksanakan salat setiap harinya?

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
0	0	0,0
1	0	0,0
2	0	0,0
3	0	0,0
4	0	0,0

5	50	100,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden yang menyatakan *tidak pernah* salat dengan persentase 0%, tidak ada responden menyatakan salat *satu kali* dengan persentase 0%, tidak ada responden menyatakan salat *dua kali* dengan persentase 0%, tidak ada responden menyatakan salat *tiga kali* dengan persentase 0%, dan tidak ada responden menyatakan salat *empat kali* dengan persentase 0%, dan 50 responden menyatakan salat *lima kali* dengan persentase 100%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban salat *lima kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma melaksanakan salat lima kali dalam sehari.

**Tabel 15.3**

3. Terdapat waktu tertentu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan salat 5 waktu, dan waktu yang paling baik untuk melaksanakan salat adalah pada saat awal waktu salat tersebut. Berapa kali dalam sehari anda melaksanakan salat tepat pada saat awal waktu salat?

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
0	0	0,0
1	1	2,0
2	9	18,0
3	12	24,0
4	12	24,0
5	16	32,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden yang menyatakan *tidak pernah* salat di awal waktu dengan persentase 0%, 1 responden menyatakan salat *satu kali* dengan persentase 2%, 9 responden menyatakan salat *dua kali* di awal waktu dengan persentase 18%, dan 12 responden menyatakan salat

*tiga kali* dengan persentase 24%, dan 12 responden menyatakan salat *empat kali* di awal waktu dengan persentase 24%, dan 16 responden menyatakan salat *lima kali* di awal waktu dengan persentase 32%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban salat *lima kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma melaksanakan salat lima kali di awal waktu dalam sehari.

**Tabel 15.4**

4. Allah telah memerintahkan kita untuk senantiasa meminta kepada-Nya terkait berbagai macam hal, baik itu yang berhubungan dengan dunia ataupun akhirat, dan Allah pun berjanji akan mengabulkan apa yang kita minta pada-Nya. Kemudian Allah juga menyebutkan bahwasannya, barangsiapa yang lebih mengutamakan kepentingannya dibanding Allah, maka tempatnya adalah di neraka. Berapa kali dalam kehidupan sehari-hari anda menempatkan Allah sebagai yang utama dibandingkan kepentingan anda?

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
0	0	0,0
1	1	2,0
2	4	8,0
3	2	4,0
4	9	18,0
5	34	68,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden yang menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 0%, 1 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 2%, 4 responden menyatakan *dua kali* dengan persentase 8%, dan 2 responden menyatakan *tiga kali* dengan persentase 4%, dan 9 responden menyatakan *empat kali* dengan persentase 18%, dan 34 responden menyatakan *lima kali* dengan persentase 68%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lima kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi

Umma menempatkan Allah sebagai kepentingan yang utama dibanding kepentingan pribadi selama lima kali dalam sehari.

**Tabel 15.5**

5. Terdapat istilah *Nawafil* atau salat sebelum dan sesudah salat 5 waktu, yang sangat disarankan dan dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Berapa kali anda sudah melaksanakan *Nawafil* tersebut dalam kegiatan sehari-hari anda?

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
a. Tidak ada satu <i>Nawafil</i> pun yang saya lakukan dalam sehari ini	4	8,0
b. Hanya satu <i>Nawafil</i> yang saya lakukan dalam sehari ini	11	22,0
c. 2-3 <i>Nawafil</i> yang saya lakukan dalam sehari ini	23	46,0
d. Lebih dari 3 <i>Nawafil</i> saya lakukan dalam sehari ini	12	24,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 4 responden yang menyatakan *tidak ada satu Nawafil pun yang saya lakukan dalam sehari ini* dengan persentase 8%, 11 responden menyatakan *hanya satu Nawafil yang saya lakukan dalam sehari ini* dengan persentase 22%, 23 responden menyatakan *2-3 Nawafil yang saya lakukan dalam sehari ini* dengan persentase 46%, dan 12 responden menyatakan *lebih dari 3 Nawafil saya lakukan dalam sehari ini* dengan persentase 24%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *2-3 Nawafil yang saya lakukan dalam sehari ini*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma melakukan dua sampai tiga *Nawafil* dalam sehari ini.

**Tabel 15.6**

6. Sudah berapa kali anda bersedekah dalam hari-hari anda?

Contohnya: memberikan uang sedekah, memberi makanan pada tetangga atau teman sejawat, mengerjakan atau berbagi ilmu yang anda ketahui kepada orang lain dan lain sebagainya.

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
a. Saya tidak melakukan sedekah apapun belakangan ini	6	12,0
b. Hanya satu kali saya bersedekah dalam setiap hari	25	50,0
c. 2-4 kali saya bersedekah dalam setiap hari	15	30,0
d. Lebih dari 4 kali sedekah saya lakukan dalam sehari	4	8,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 6 responden menyatakan *saya tidak melakukan sedekah apapun belakangan ini* dengan persentase 12%, 25 responden menyatakan *hanya satu kali saya bersedekah dalam setiap hari* dengan persentase 50%, 15 responden menyatakan *2-4 kali saya bersedekah dalam setiap hari* dengan persentase 30%, dan 4 responden menyatakan *lebih dari 4 kali sedekah saya lakukan dalam sehari* dengan persentase 8%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *hanya satu kali saya bersedekah dalam setiap hari*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma hanya bersedekah sekali dalam setiap harinya.

**Tabel 15.7**  
**7. Berkata jujur dalam keadaan apapun**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Pernah (TP)	0	2,0
1x	2	4,0
2-3x	6	12,0
L3x	42	84,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden menyatakan *tidak pernah*

dengan persentase 0%, 2 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 4%, 6 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 12%, dan 42 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 84%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lebih dari 3 kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma telah berkata jujur dalam keadaan apapun lebih dari tiga kali dalam seumur hidupnya.

**Tabel 15.8**  
**8. Berbakti kepada orang tua**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	0	0,0
1x	1	2,0
2-3x	4	8,0
L3x	45	90,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 0%, 1 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 2%, 4 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 8%, dan 45 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 90%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lebih dari 3 kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma sering berbakti kepada orang tua lebih dari tiga kali dalam seumur hidupnya.

**2082Tabel 15.9**  
**9. Menepati janji**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	0	0,0
1x	1	2,0

2-3x	11	22,0
L3x	38	76,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 0%, 1 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 2%, 11 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 22%, dan 38 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 76%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lebih dari 3 kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma sering menepati janji lebih dari tiga kali dalam seumur hidupnya.

**Tabel 15.10**  
**10. Mendoakan kedua orang tua**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	0	0,0
1x	1	2,0
2-3x	1	2,0
L3x	48	96,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 0%, 1 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 2%, 1 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 2%, dan 48 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 96%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lebih dari 3 kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota

Malang pengguna aplikasi Umma sering mendoakan kedua orangtuanya lebih dari tiga kali dalam seumur hidupnya.

**Tabel 15.11**

**11. Ikhlas memohon ampunan-Nya dengan tidak mengulangi kesalahan atau dosa yang sama**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Pernah (TP)	0	2,0
1x	3	6,0
2-3x	11	22,0
L3x	36	72,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 0%, 3 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 6%, 11 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 22%, dan 36 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 72%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lebih dari 3 kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma ikhlas memohon ampunan-Nya dengan tidak mengulangi kesalahan atau dosa yang sama.

**Tabel 15.2**

**12. Mengajak orang lain untuk berbuat kebaikan**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Pernah (TP)	0	0,0
1x	0	0,0
2-3x	13	26,0
L3x	37	74,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0



Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 0%, tidak ada responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 0%, 13 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 26%, dan 37 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 74%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lebih dari 3 kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma sering mengajak orang lain untuk berbuat kebaikan.

**Tabel 15.13**  
**13. Lebih mendekatkan diri kepada-Nya**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	0	0,0
1x	1	2,0
2-3x	12	24,0
L3x	37	74,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, tidak ada responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 0%, 1 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 2%, 12 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 24%, dan 37 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 74%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *lebih dari 3 kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma sering mendekatkan diri kepada-Nya

**Tabel 15.2**  
**14. Membunuh seseorang tanpa sebab**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
---------------------------	------------------	-----------------------

Tidak Pernah (TP)	49	98,0
1x	0	0,0
2-3x	1	2,0
L3x	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 49 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 98%, tidak ada responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 0%, 1 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma tidak pernah membunuh seseorang tanpa sebab.

**Tabel 15.15**

15. Melakukan segala macam tidak kecurangan atau berbuat tidak adil dalam berbagai macam bentuk, seperti mengambil harta milik orang lain yang bukan haknya, mencontek saat ujian, dan lain sebagainya

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	29	58,0
1x	8	16,0
2-3x	10	20,0
L3x	3	6,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 29 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 58%, 8 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 16%, 10 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 20%, dan 3 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 6%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut

menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma tidak pernah melakukan segala macam tidak kecurangan atau berbuat tidak adil dalam berbagai macam bentuk, seperti mengambil harta milik orang lain yang bukan haknya, mencontek saat ujian, dan lain sebagainya.

**Tabel 15.16**  
**16. Mendekati atau melakukan zina**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	36	72,0
1x	7	14,0
2-3x	4	8,0
L3x	3	6,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 36 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 72%, 7 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 14%, 4 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 8%, dan 3 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 6%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma tidak pernah mendekati atau melakukan zina.

**Tabel 15.17**  
**17. Memberikan keterangan palsu**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	39	78,0
1x	5	10,0
2-3x	3	6,0
L3x	3	6,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 39 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 78%, 5 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 10%, 3 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 6%, dan 3 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 6%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma tidak pernah memberikan keterangan palsu.

**Tabel 15.18**

**18. Mengonsumsi barang haram, seperti minimal beralkohol, baik itu dalam bentuk meminum, menjual, dan lain sebagainya**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	49	98,0
1x	0	0,0
2-3x	0	0,0
L3x	1	2,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 49 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 98%, 1 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 2%, 1 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 2%, dan 1 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 2%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma tidak pernah mengonsumsi barang haram, seperti minimal beralkohol, baik itu dalam bentuk meminum, menjual, dan lain sebagainya.

Tabel 15.19

19. Melakukan praktek riba' atau memakan harta riba' (melipat gandakan uang atau bunga bank)

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Pernah (TP)	46	92,0
1x	1	2,0
2-3x	1	2,0
L3x	2	4,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 46 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 92%, 1 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 2%, 1 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 2%, dan 2 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 4%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma tidak pernah melakukan praktek riba' atau memakan harta riba' (melipatgandakan uang atau bunga bank).

Tabel 15.20

20. Mempercayai ramalan

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Pernah (TP)	41	82,0
1x	6	12,0
2-3x	2	4,0
L3x	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 41 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 82%, 6 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 12%, 2 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 4%, dan

tidak ada responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma tidak pernah mempercayai ramalan.

**Tabel 15.21**  
**21. Memfitnah ataupun mendengar fitnah**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	24	48,0
1x	12	24,0
2-3x	7	14,0
L3x	6	12,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 24 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 48%, 12 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 24%, 7 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 14%, dan 6 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 12%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma tidak pernah memfitnah ataupun mendengar fitnah.

**Tabel 15.22**  
**22. Mengkhianati amanat yang telah dipercayakan**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	33	66,0
1x	8	16,0
2-3x	8	16,0
L3x	1	2,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 33 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 66%, 8 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 16%, 8 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 16%, dan 1 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 2%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma tidak pernah mengkhianati kepercayaan yang telah diamanahkan.

**Tabel 15.23**

**23. Berlaku mubazir atau berlebihan, baik itu dalam bentuk makanan ataupun uang**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	17	34,0
1x	13	26,0
2-3x	13	26,0
L3x	7	14,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 17 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 34%, 13 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 26%, 13 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 26%, dan 7 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 14%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma tidak pernah berlaku mubazir atau berlebihan, baik itu dalam bentuk makanan ataupun uang satu kali dalam seumur hidup.

Tabel 15.2

## 24. Berprasangka buruk kepada orang lain, seperti curiga

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Pernah (TP)	14	28,0
1x	13	26,0
2-3x	15	30,0
L3x	8	16,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 14 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 28%, 13 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 26%, 15 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 30%, dan 8 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 16%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *dua sampai tiga kali*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma pernah dua sampai tiga kali berprasangka buruk kepada orang lain, seperti curiga.

Tabel 15.2

## 25. Berjudi

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Pernah (TP)	48	96,0
1x	1	2,0
2-3x	1	2,0
L3x	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 48 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 96%, 1 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 2%, 1 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 2%, dan tidak ada responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase



terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma tidak pernah berjudi.

**Tabel 15.2**  
**26. Memberikan sumpah palsu atas nama Allah**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	49	98,0
1x	1	2,0
2-3x	0	0,0
L3x	0	0,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 49 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 98%, 1 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 2%, tidak ada responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 0%, dan tidak ada responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 0%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma tidak pernah memberikan sumpah palsu atas nama Allah.

**Tabel 15.27**  
**27. Memberikan sumpah kepada orang lain**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	38	76,0
1x	4	8,0
2-3x	7	14,0
L3x	1	2,0
<b>Jumlah</b>	50	100,0

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 38 responden menyatakan *tidak pernah* dengan

persentase 76%, 4 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 8%, 7 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 14%, dan 1 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 2%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma tidak pernah memberikan sumpah kepada orang lain.

**Tabel 15.28**

**28. Mengganggu atau melanggar privasi atau ketentraman orang lain tanpa izin, seperti memasuki rumah orang lain tanpa izin, dan lain sebagainya**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak Pernah (TP)	45	90,0
1x	2	4,0
2-3x	1	2,0
L3x	2	4,0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 50 responden Muslim milenial Kota Malang, 45 responden menyatakan *tidak pernah* dengan persentase 90%, 2 responden menyatakan *satu kali* dengan persentase 4%, 1 responden menyatakan *dua sampai tiga kali* dengan persentase 2%, dan 2 responden menyatakan *lebih dari 3 kali* dengan persentase 4%. Dari paparan tersebut pula diperoleh data bahwa frekuensi dan persentase terbesar terletak pada jawaban *tidak pernah*. Artinya, hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma tidak pernah mengganggu atau melanggar privasi atau ketentraman orang lain tanpa izin, seperti memasuki rumah orang lain tanpa izin, dan lain sebagainya.

**Tabel 15.29**

**Hasil Presentase Nilai Skala Likert dari Kuesioner Tingkat Religiusitas Muslim Pengguna Aplikasi Umma**

No	Pernyataan	Keterangan	Nilai Skala <i>Likert</i>	Jawaban
1	Selain Al-Qur'an yang dibaca Ketika anda melakukan salat, jika dirata-rata dalam seminggu terakhir, berapa kali anda membaca Al-Qur'an dalam satu hari?	<i>Favorable</i>	57,4%	2-3x
2	Berapa kali anda melaksanakan salat setiap harinya?	<i>Favorable</i>	100%	L3x
3	Terdapat waktu tertentu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan salat 5 waktu, dan waktu yang paling baik untuk melaksanakan salat adalah pada saat awal waktu salat tersebut. Berapa kali dalam sehari anda melaksanakan salat tepat pada saat awal waktu salat?	<i>Favorable</i>	73,2%	2-3x
4	Allah telah memerintahkan kita untuk senantiasa meminta kepada-Nya terkait berbagai macam hal, baik itu yang berhubungan dengan dunia ataupun akhirat, dan Allah pun berjanji akan mengabulkan apa yang kita minta pada-Nya. Kemudian Allah juga	<i>Favorable</i>	88,4%	L3x

	menyebutkan bahwasannya, barangsiapa yang lebih mengutamakan kepentingannya dibanding Allah, maka tempatnya adalah di neraka. Berapa kali dalam kehidupan sehari-hari anda menempatkan Allah sebagai yang utama dibandingkan kepentingan anda?			
5	Terdapat istilah <i>Nawafil</i> atau salat sebelum dan sesudah salat 5 waktu, yang sangat disarankan dan dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Berapa kali anda sudah melaksanakan <i>Nawafil</i> tersebut dalam kegiatan sehari-hari anda?	<i>Favorable</i>	62%	2-3x
6	Sudah berapa kali anda bersedekah dalam hari-hari anda? Contohnya: memberikan uang sedekah, memberi makanan pada tetangga atau teman sejawat, mengerjakan atau berbagi ilmu yang anda ketahui kepada orang lain dan lain sebagainya.	<i>Favorable</i>	44,7%	1x

7	Berkata jujur dalam keadaan apapun	<i>Favorable</i>	93,4%	L3x
8	Berbakti kepada orang tua	<i>Favorable</i>	96%	L3x
9	Menepati janji	<i>Favorable</i>	91,4%	L3x
10	Mendoakan kedua orang tua	<i>Favorable</i>	98%	L3x
11	Ikhlas memohon ampunan-Nya dengan tidak mengulangi kesalahan atau dosa yang sama	<i>Favorable</i>	86,4%	L3x
12	Mengajak orang lain untuk berbuat kebaikan	<i>Favorable</i>	91,4%	L3x
13	Lebih mendekatkan diri kepada-Nya	<i>Favorable</i>	90,7%	L3x
14	Membunuh seseorang tanpa sebab	<i>Unfavorable</i>	98,7%	Tidak Pernah
15	Melakukan segala macam tidak kecurangan atau berbuat tidak adil dalam berbagai macam bentuk, seperti mengambil harta milik orang lain yang bukan haknya, mencontek saat ujian, dan lain sebagainya	<i>Unfavorable</i>	75,4%	Tidak Pernah
16	Mendekati atau melakukan zina	<i>Unfavorable</i>	84%	Tidak Pernah
17	Memberikan keterangan palsu	<i>Unfavorable</i>	86,7%	Tidak Pernah
18	Mengkonsumsi barang haram, seperti minimal beralkohol, baik itu dalam bentuk meminum, menjual, dan lain sebagainya	<i>Unfavorable</i>	98%	Tidak Pernah

19	Melakukan praktek riba' atau memakan harta riba' (melipatgandakan uang atau bunga bank)	<i>Unfavorable</i>	94%	Tidak Pernah
20	Mempercayai ramalan	<i>Unfavorable</i>	92%	Tidak Pernah
21	Memfitnah ataupun mendengar fitnah	<i>Unfavorable</i>	68,7%	1x
22	Mengkhianati amanat yang telah dipercayakan	<i>Unfavorable</i>	82%	Tidak Pernah
23	Berlaku mubazir atau berlebihan, baik itu dalam bentuk makanan ataupun uang	<i>Unfavorable</i>	60%	1x
24	Berprasangka buruk kepada orang lain, seperti curiga	<i>Unfavorable</i>	55,4%	1x
25	Berjudi	<i>Unfavorable</i>	97,4%	Tidak Pernah
26	Memberikan sumpah palsu atas nama Allah	<i>Unfavorable</i>	99,4%	Tidak Pernah
27	Memberikan sumpah kepada orang lain	<i>Unfavorable</i>	86%	Tidak Pernah
28	Mengganggu atau melanggar privasi atau ketentraman orang lain tanpa izin, seperti memasuki rumah orang lain tanpa izin, dan lain sebagainya	<i>Unfavorable</i>	93,4%	Tidak Pernah
	Rata-Rata	<i>Favorabel</i>	82,5%	L3x
		<i>Unfavorable</i>	84%	Tidak Pernah

## Kualitas Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Pengguna Aplikasi Umma

Setelah mengetahui frekuensi dan persentase dari setiap item pernyataan, dalam sub-bab ini akan disajikan kualitas religiusitas Muslim Milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma secara lebih spesifik. Namun, sebelumnya akan dideskripsikan terlebih dahulu data distribusi frekuensi religiusitas Muslim Milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma secara keseluruhan dengan mencari jumlah kelas interval, rata-rata (R) dan panjang kelas interval sebagai berikut:

### 4) Mencari Jumlah Interval

$$\begin{aligned}K &= 1 + 3,3 \log n \\&= 1 + 3,3 \log 50 \\&= 1 + 3,3.1,6 \\&= 1 + 5,28 \\&= 6,28 \text{ dibulatkan menjadi } 7\end{aligned}$$

### 5) Mencari Range (R)

$$\begin{aligned}R &= X_t - X_r \\&= 90 - 50 \\&= 40\end{aligned}$$

### 6) Menentukan Kelas Interval

$$\begin{aligned}I &= \frac{R}{K} \\&= \frac{40}{7} \\&= 5,7 \text{ dibulatkan menjadi } 6\end{aligned}$$

Maka dapat diperoleh interval nilai seperti tabel berikut:

**Tabel 15.30**  
**Distribusi Frekuensi**  
**Skor Variabel Penggunaan Aplikasi Muslim Pro**

No	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
1	50 – 55	2	4%
2	56 – 61	3	6%
3	62 – 67	4	8%

4	68 – 73	8	16%
5	74 – 79	11	22%
6	80 – 85	16	32%
7	85 – 90	5	10%

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa frekuensi tertinggi tingkat religiusitas Muslim Milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma terdapat pada skor 80-85 sebanyak 16 responden dengan persentase 32% dan frekuensi terendah yaitu skor 50-55 sebanyak 2 dengan persentase 4%. Setelah diketahui distribusi frekuensinya, kemudian mencari rata-rata dan standar deviasi untuk menentukan kualitas religiusitas Muslim Milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma dengan bantuan program SPSS 25.0. Maka, hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 15.31**  
**Hasil Statistika Deskriptif Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang**  
**Pengguna Aplikasi Muslim Pro**  
**Descriptive Statistics**

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang Pengguna Aplikasi Umma	50	40	50	90	3777	75.54	9.049
Valid N (listwise)	50						

Setelah diketahui nilai rata-rata (mean) variabel tingkat religiusitas Muslim Milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma sebesar 75,54 dan nilai standar deviasi sebesar 9,049, kemudian skor diverifikasi dengan tabel kriteria. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:



Skor maksimal = 90  
 Skor minimal = 50  
 Rentang skor = 40  
 Interval =  $40/3$   
 = 13,3 dibulatkan menjadi 14

**Tabel 15.32**  
**Kualitas Variabel Y2 (Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang**  
**Pengguna Aplikasi Umma)**

No	Interval	Kualitas	Rata-rata	Kriteria
1	50-63	Rendah	75.54	Sedang
2	64-77	Sedang		
3	78-90	Tinggi		

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang pengguna aplikasi Umma termasuk dalam kategori sedang yaitu berada pada interval 64-77.

## 4.2 Uji Prasyarat

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui sampel yang diambil berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian yang digunakan adalah *Kolmogorov Smirnov* dengan bantuan program SPSS 25.0. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data dinyatakan berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Adapun hasil perhitungan dengan program SPSS 25.0 disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 16.1**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov Smirnov Test**  
**Penggunaan Aplikasi Muslim Pro Terhadap Tingkat**  
**Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang**

			Unstandardized Residual
N			50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std.		8.80857421
	Deviation		
Most Extreme Differences	Absolute		.101
	Positive		.049
	Negative		-.101
Test Statistic			.101
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 <sup>c,d</sup>

Berdasarkan tabel 16.1 diketahui bahwa uji normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $0,200 > 0,05$ . Maka, sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*, data di atas dinyatakan berdistribusi normal.

**Tabel 16.2**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov Smirnov Test**  
**Penggunaan Aplikasi Umma Terhadap Tingkat**  
**Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang**

			Unstandardized Residual
N			48
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std.		8.17385053
	Deviation		
Most Extreme Differences	Absolute		.115
	Positive		.097
	Negative		-.111
Test Statistic			.115
Asymp. Sig. (2-tailed)			.145 <sup>c</sup>

Berdasarkan tabel 16.1 diketahui bahwa uji normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $0,145 > 0,05$ . Maka, sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*, data di atas dinyatakan berdistribusi normal.

## 2) Uji Homogenitas

Uji homogenitas merupakan uji data statistik yang bertujuan untuk mengetahui variasi data responden berdasarkan hasil kuesioner yang telah diperoleh. Uji homogenitas dalam penelitian ini menggunakan *Levene's test of homogeneity of variance* dengan bantuan program SPSS 25.0 yang secara khusus dilakukan untuk menguji asumsi Anova bahwa variabel independen bersifat homogen. Adapun ketentuan dalam Uji Homogenitas *Levene*, yaitu:

- a. Jika nilai signifikansi *Levene statistic*  $< 0,05$ , maka data dinyatakan tidak homogen.
- b. Jika nilai signifikansi *Levene statistic*  $> 0,05$ , maka data dinyatakan homogen.

Adapun hasil perhitungan dengan program SPSS 25.0 disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 17.1**  
**Hasil Uji Homogenitas**  
**Test of Homogeneity of Variances**  
**Kuesioner Penggunaan Aplikasi Muslim Pro & Umma**

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.869	1	98	.354

Berdasarkan tabel 17.1 di atas, dapat diketahui bahwa hasil Uji Homogenitas *Levene* menunjukkan *Levene Statistic* sebesar 0,869 pada taraf signifikansi 0,354 ( $p > 0,05$ ). Artinya, data bersifat homogen.

**Tabel 17.2**  
**Hasil Uji Homogenitas**  
**Test of Homogeneity of Variances**  
**Kuesioner Tingkat Religiusitas Muslim Kota Malang**

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.297	1	98	.587

Berdasarkan tabel 17.1 di atas, dapat diketahui bahwa hasil Uji Homogenitas *Levene* menunjukkan *Levene Statistic* sebesar 0,297 pada taraf signifikansi 0,587 ( $p > 0,05$ ). Artinya, data bersifat homogen.

### 3) Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel X dan variabel Y. Adapun hasil uji koefisien korelasi disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 18.1**  
**Hasil Uji Koefisien Korelasi**  
**Penggunaan Aplikasi Muslim Pro dan Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang**

		Penggunaan Aplikasi Muslim Pro	Tingkat Religiusitas Muslim Kota Malang
Penggunaan Aplikasi Muslim Pro	Pearson	1	.508**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	40	40
Tingkat Religiusitas Muslim Kota Malang	Pearson	.508**	1
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	40	40

Berdasarkan tabel 18.1 diketahui bahwa nilai signifikansi variabel X dan variabel Y ( $0,01 < 0,05$ ). Maka, hal tersebut menunjukkan terdapat hubungan atau korelasi antara penggunaan aplikasi Muslim Pro dan tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang. Sedangkan nilai *Pearson Correlation* pada variabel X dan variabel Y adalah 0,508 yang berarti tingkat korelasi antara kedua variabel adalah sedang.

**Tabel 18.2**  
**Hasil Uji Koefisien Korelasi**  
**Penggunaan Aplikasi Umma dan Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang**

		Penggunaan Aplikasi Umma	Tingkat Religiusitas Muslim Kota Malang
Penggunaan Aplikasi Umma	Pearson	1	.503**
	Correlation		

Tingkat Religiusitas Muslim Kota Malang	Sig. (2-tailed)		.001
	N	40	40
	Pearson	.503**	1
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	40	40

Berdasarkan tabel 18.2 diketahui bahwa nilai signifikansi variabel X dan variabel Y ( $0,01 < 0,05$ ). Maka, hal tersebut menunjukkan terdapat hubungan atau korelasi antara penggunaan aplikasi Muslim Pro dan tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang. Sedangkan nilai *Pearson Correlation* pada variabel X dan variabel Y adalah 0,503 yang berarti tingkat korelasi antara kedua variabel adalah sedang.

### 4.3 Uji Hipotesis

#### 4.3.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Setelah data dinyatakan normal dan homogen, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis yang ditujukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak pada penggunaan teknologi kecerdasan artifisial yang berbentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang. Adapun uji hipotesis ini menggunakan uji regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS 25.0. Sedangkan untuk dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

#### **Pengaruh Penggunaan Aplikasi Muslim Pro Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang**

Hasil dari uji regresi linier sederhana yang meliputi uji *Anova*, *Coefficients*, dan *Model Summary* dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 19.1**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**  
**Pengaruh Penggunaan Aplikasi Muslim Pro Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim**  
**Milenial Kota Malang**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	591.335	1	591.335	10.428	.002 <sup>b</sup>
Residual	2721.785	48	56.704		
Total	3313.120	49			

Berdasarkan uji regresi linier sederhana bentuk Anova yang ditujukan untuk memprediksi apakah ada pengaruh variabel X terhadap Y, dinyatakan bahwa kolom (sig)  $0,002 < 0,05$  yang berarti ada pengaruh variabel penggunaan aplikasi Muslim Pro terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang.

**Tabel 19.2**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**  
**Pengaruh Penggunaan Aplikasi Muslim Pro Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim**  
**Milenial Kota Malang**  
**Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	46.795	8.111			5.770	.000
Penggunaan Aplikasi Muslim Pro	.315	.098	.422		3.229	.002

Berdasarkan tabel *Coefficients* di atas, diketahui bahwa persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Y = 46,795 + 0,315 X$$

Keterangan:

Y= Penggunaan aplikasi Muslim Pro

X= Tingkat religiusitas Muslim Milenal Kota

Malang

$\alpha$  = Nilai Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi

Dari hasil di atas, maka dapat diartikan bahwa:

- a) Nilai konstanta 46,795 mengandung maksud bahwa nilai konsisten variabel Y (Tingkat Religiusitas) bernilai 46,795.
- b) Nilai koefisien regresi variabel X (Penggunaan aplikasi Muslim Pro) 0,315. Artinya, bahwa setiap perubahan 1% variabel X, maka nilai variabel Y akan bertambah 0,315.

Selanjutnya untuk uji hipotesis, diketahui bahwa dasar pengambilan keputusan uji hipotesis yaitu:

- a) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya, penggunaan aplikasi Muslim Pro berpengaruh terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang.
- b) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Artinya, penggunaan aplikasi Muslim Pro tidak berpengaruh terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang.

Berdasarkan tabel 19.1, hasil output uji *Coefficients* menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Maka, sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji regresi linier sederhana, dinyatakan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya, terdapat pengaruh pada penggunaan aplikasi Muslim Pro terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang.

Adapun untuk mengetahui besar nilai pengaruh penggunaan aplikasi Muslim Pro terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang, dilakukan uji regresi linier sederhana bentuk *Model Summary*. Adapun hasilnya disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 19.3**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**  
**Pengaruh Penggunaan Aplikasi Muslim Pro Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim**  
**Milenial Kota Malang**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.422 <sup>a</sup>	.178	.161	7.530

Berdasarkan tabel 19.3, diketahui bahwa besar nilai hubungan (R) yaitu 0,422 dan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,178. Maka, hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan aplikasi Muslim Pro terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang sebesar 17,8% dan 82,2% dipengaruhi oleh variabel yang lain.

#### **Pengaruh Penggunaan Aplikasi Umma Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang**

Hasil dari uji regresi linier sederhana yang meliputi uji *Anova*, *Coefficients*, dan *Model Summary* dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 20.1**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**  
**Pengaruh Penggunaan Aplikasi Umma Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim**  
**Milenial Kota Malang**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	578.677	1	578.677	8.483	.006 <sup>b</sup>



Residual	2592.298	38	68.218
Total	3170.975	39	

Berdasarkan uji regresi linier sederhana bentuk *Anova* yang ditujukan untuk memprediksi apakah ada pengaruh variabel X terhadap Y, dinyatakan bahwa kolom (sig)  $0,006 < 0,05$  yang berarti ada pengaruh variabel penggunaan aplikasi Umma terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang.

**Tabel 20.2**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**  
**Pengaruh Penggunaan Aplikasi Umma Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim**  
**Milenial Kota Malang**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	36.229	13.043			2.778	.008
Penggunaan Aplikasi Umma	.434	.149	.427		2.913	.006

Berdasarkan tabel *Coefficients* di atas, diketahui bahwa persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Y = 36,229 + 0,434 X$$

Keterangan:

Y= Penggunaan aplikasi Umma

X= Tingkat religiusitas Muslim Milenal Kota

Malang

$\alpha$  = Nilai Konstanta

$\beta$  = Koefisen regresi

Dari hasil di atas, maka dapat diartikan bahwa:

- a) Nilai konstanta 36,229 mengandung maksud bahwa nilai konsisten variabel Y (Tingkat Religiusitas) bernilai 36,229.
- b) Nilai koefisien regresi variabel X (Penggunaan aplikasi Muslim Pro) 0,434. Artinya, bahwa setiap perubahan 1% variabel X, maka nilai variabel Y akan bertambah 0,434.

Selanjutnya untuk uji hipotesis, diketahui bahwa dasar pengambilan keputusan uji hipotesis yaitu:

- a) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya, penggunaan aplikasi Umma berpengaruh terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang.
- b) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Artinya, penggunaan aplikasi Umma tidak berpengaruh terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang.

Berdasarkan tabel 19.1, hasil output uji *Coefficients* menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,006 < 0,05$ . Maka, sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji regresi linier sederhana, dinyatakan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan pada penggunaan aplikasi Umma terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang.

Adapun untuk mengetahui besar nilai pengaruh penggunaan aplikasi Umma terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang, dilakukan uji regresi linier sederhana bentuk *Model Summary*. Adapun hasilnya disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 20.3**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**  
**Pengaruh Penggunaan Aplikasi Umma Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim**  
**Milenial Kota Malang**

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.427 <sup>a</sup>	.182	.161	8.259

Berdasarkan tabel 19.3, diketahui bahwa besar nilai hubungan (R) yaitu 0,427 dan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,182. Maka, hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan aplikasi Umma terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang sebesar 18,2% dan 81,8% dipengaruhi oleh variabel yang lain.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **5.1 Motif Penggunaan Teknologi Kecerdasan Artifisial Berbentuk Aplikasi Muslim Pro dan Umma dalam Meningkatkan Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang**

Pada bab sebelumnya, telah dipaparkan mengenai temuan-temuan yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dan penyebaran kuesioner. Temuan-temuan yang didapatkan dari wawancara menggambarkan latar belakang sosiodemografi pengguna masing-masing aplikasi dan karakteristik penggunaannya. Sedangkan temuan-temuan yang didapatkan dari penyebaran kuesioner dan pengolahan data secara statistik menggambarkan adanya korelasi yang signifikan antara variabel penggunaan teknologi kecerdasan artifisial berbentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma dengan variabel tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang. Namun, yang akan dibahas dan didiskusikan terlebih dahulu dalam bagian ini adalah temuan yang telah diperoleh dari wawancara mendalam. Adapun untuk temuan yang diperoleh dari penyebaran kuesioner akan dibahas dan didiskusikan pada bagian selanjutnya.

Telah dipaparkan sebelumnya, bahwa terdapat sejumlah karakteristik penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma yang beragam dalam kehidupan sehari-hari. Aplikasi Muslim Pro digunakan dalam enam aspek kategori, yaitu 1) penggunaan aplikasi Muslim Pro sebagai media pendukung umat Islam dalam beribadah, 2) penggunaan aplikasi Muslim Pro sebagai media alternatif untuk mengingat Allah, 3) penggunaan aplikasi Muslim Pro untuk membaca dan mendengarkan Al-Qur'an secara digital, 4) penggunaan aplikasi Muslim Pro untuk mencari dan memperoleh pengetahuan tentang Islam, 5) penggunaan aplikasi Muslim Pro untuk membentuk citra modern dalam diri seorang Muslim atau Muslimah, dan 6) penggunaan aplikasi Umma sebagai episentrum interaksi umat Islam dalam Dunia Maya. Tidak jauh berbeda, aplikasi Umma juga digunakan

dalam enam aspek kategori, yaitu 1) penggunaan aplikasi Umma sebagai media pendukung umat Islam dalam beribadah, 2) penggunaan aplikasi Umma sebagai media alternatif untuk mengingat Allah, 3) penggunaan aplikasi Umma untuk membaca dan mendengarkan Al-Qur'an secara digital, 4) penggunaan aplikasi Umma untuk mencari dan memperoleh pengetahuan tentang Islam, 5) penggunaan aplikasi Umma untuk membentuk citra modern dalam diri seorang Muslim atau Muslimah, dan 6) penggunaan aplikasi Umma sebagai episentrum interaksi umat Islam dalam Dunia Maya.

Berbicara mengenai karakteristik penggunaan tersebut, tentunya berlangsung sesuai dengan kebutuhan dari masing-masing pengguna. Kebutuhan tersebut yang kemudian melatarbelakangi terbentuknya ragam karakteristik atau model penggunaan dari masing-masing aplikasi, mulai penggunaan aplikasi yang ditujukan untuk meningkatkan konektivitas dan penghambaan kepada Tuhan, hingga yang berkebutuhan untuk mengikuti modernitas zaman. Dalam pandangan ilmu psikologi, kebutuhan-kebutuhan ini lalu disebut dengan motif.

Motif adalah dorongan atau stimulus yang menggerakkan manusia melakukan tindakan tertentu.<sup>136</sup> Ada hubungan yang sistemik antara suatu stimulus dengan respon dari keadaan dorongan tertentu. Ghufuran dan Rini mengemukakan bahwa motif yang ada pada diri seseorang didasarkan pada tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan.<sup>137</sup> Pendapat yang senada juga diungkapkan oleh Giddens bahwa motif dipahami sebagai impuls atau dorongan yang memberi energi pada tindakan manusia sepanjang lintasan kognitif mengarah pada pemuasan kebutuhan.<sup>138</sup> Dari definisi tersebut, maka setiap tindakan atau perilaku manusia selalu didasarkan pada motif tertentu. Manusia memenuhi kebutuhan dan kepuasannya karena atas dasar dorongan yang kuat. Dorongan ini bisa terwujud secara natural. Awalnya motif ini terbentuk dalam alam sadar manusia, namun secara terus-menerus motif juga akan bekerja secara berkelanjutan dalam alam bawah sadar. Giddens dalam

---

<sup>136</sup> Sarlito W. Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum* (Jakarta: Rajawali Press, 2009), h. 137

<sup>137</sup> Rini Risnawati Nur Ghufuran, *Teori-Teori Psikologi* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), h. 83

<sup>138</sup> Anthony Giddens, *Modernity and Self-Identity* (Amerika Serikat: Stanford University Press, 1991), h. 64

Alex Sobur mengungkapkan bahwa motif tidak harus dipersepsikan secara sadar, melainkan ia lebih merupakan suatu “keadaan berada di alam bawah sadar”.<sup>139</sup>

Dalam konteks penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma yang berbasis teknologi kecerdasan artifisial ini, penulis menemukan beberapa motif yang menjadi dasar dalam penggunaan aplikasi, antara lain:

1. Motif Teogenetis dalam Menggunakan Fitur *Prayer Times* dan *Qibla*

Dalam konteks penggunaan aplikasi pendukung aktivitas ibadah yang terepresentasi pada aplikasi Muslim Pro dan Umma ini, motif yang paling besar adalah untuk meningkatkan konektivitas teologis (*habl min allah*). Motif utama yang terbentuk karena adanya komitmen untuk mendekatan diri kepada Allah SWT. Berbagai pengakuan dari sejumlah pengguna menunjukkan bukti bahwa kebutuhan fundamental yang mendasari penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma adalah kebutuhan teologis. Dalam teori penggunaan media, Gerungan menyebutnya dengan motif teogenetis. Gerungan lebih lanjut mengemukakan bahwa motif individu secara prinsipal dibagi menjadi tiga; motif biogenetis, sosiogenetis, dan teogenetis.<sup>140</sup>

Motif biogenetis adalah motif personal yang berkembang dengan sendirinya pada diri seseorang secara natural. Berasal dari organisme sebagai makhluk biologis dan kurang terikat dengan lingkungan. Seperti, motif lapar, haus, mengambil nafas, dan lain-lain. Sementara motif sosiogenetis adalah motif yang berasal dari lingkungan di mana seseorang itu berada dan berkembang. Motif sosiogenetis tidak berkembang dengan sendirinya, melainkan berdasarkan interaksi sosial dengan orang atau kebudayaan orang lain. Seperti, keinginan untuk bermain bola, belajar Bahasa, menyanyi, dan lain sebagainya. Sedangkan motif teogenetis adalah motif yang terbentuk karena adanya hubungan atau interaksi natara manusia dengan Tuhan yang terwujud dalam aktivitas ritual ibadah dalam kehidupannya sehari-hari. Seperti, keinginan untuk mengabdikan diri keada Tuhan Yang Maha Esa, keinginan

---

<sup>139</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), h. 267

<sup>140</sup> W.A Gerungan, *Psikologi Sosial* (Bandung: Refika Aditama, 2004), h. 140

untuk melaksanakan norma-norma agama menurut kitab sucinya, dan lain sebagainya.<sup>141</sup>

Adapun karakteristik penggunaan aplikasi dari motif teogenetis tersebut mengarah pada intensitas pengguna dalam mengakses fitur pengingat waktu salat dan arah kiblat dari masing-masing aplikasi. Kedua fitur tersebut dianggap sangat berperan penting dan memiliki pengaruh yang signifikan bagi religisuitas seorang Muslim. Di samping itu, tingkat mobilitas para pengguna yang tinggi juga menjadikan fitur pengingat waktu salat dan arah kiblat begitu relevan. Bagi pengguna yang sering dalam perjalanan, sering berpergian, dan sedang jauh dari pusat peribadatan, kedua aplikasi tersebut dapat menjadi salah satu preferensi media penunjang aktivitas ibadah mereka. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh pengguna aplikasi Muslim Pro, MG bahwa aplikasi Muslim Pro memang aplikasi yang dirancang untuk memudahkan MG dalam mencari tahu arah kiblat dan jadwal waktu salat saat ia sedang di luar kota. Pernyataan yang lain juga diungkapkan oleh IR, pengguna aplikasi Muslim Pro. Ia mengatakan bahwa aplikasi Muslim Pro dapat digunakan sebagai media yang dapat membantu untuk mengingat Allah di mana saja dan kapan saja, termasuk di daerah yang terpencil sekalipun. Pendapat yang selaras juga diungkapkan oleh FA, pengguna aplikasi Umma. Ia mengatakan bahwa aplikasi Umma sangat bermanfaat bagi umat Islam. Terutama ketika sedang di sebuah tempat yang jauh dari pusat peribadatan, seperti di tempat wisata, hutan, pantai, gunung, dan lainnya. Begitu pula dengan FAN, pengguna Umma yang mengatakan bahwa aplikasi Umma mudah dioperasikan sebagai alat pengingat umat Islam ketika akan melaksanakan ibadah salat wajib saat sedang dalam perjalanan.

## 2. Motif *Information Seeking* dengan Beragam Fitur Aplikasi

---

<sup>141</sup> “Motif Remaja Dalam Menggunakan Media Baru (Studi Pada Remaja Di Daerah Sub-Urban Kota Bandung) | Pramiyanti | Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi,” h. 98

Karakteristik yang kedua dari penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma adalah untuk menjelajahi informasi dan pengetahuan tentang Islam berikut ajarannya. Melalui dua aplikasi tersebut, para pengguna dapat dengan mudah mengakses informasi tentang Islam yang telah disediakan oleh pihak pengembang aplikasi. Dalam aplikasi Muslim Pro terdapat beberapa fitur yang menyediakan sejumlah informasi dan pengetahuan seputar Islam, di antaranya fitur *Inspiration*, *Hajj & Umrah*, *Hajj Journey*, *Calendar*, *Messages*, *Duas*, & *Names*.

Fitur *Inspiration* biasanya dapat dimanfaatkan pengguna untuk mengetahui berbagai informasi seputar Islam meliputi kandungan ayat Al-Qur'an, intisari hadis, tips dan trik, sejarah Islam, fakta Islam, dan lain sebagainya. Adapun fitur *Hajj & Umrah* dan *Hajj Journey* seringkali dimanfaatkan oleh pengguna untuk mengakses informasi seputar haji yang meliputi kata pengantar haji dan umrah, panduan dasar ibadah umrah, sejarah haji dan umrah, dan tata cara memakai pakaian ihram. Sementara dalam fitur *Calendar* terdapat informasi mengenai tanggal masehi yang disertai dengan tanggal hijriyah. Tidak hanya itu, di dalamnya juga terdaftar daftar tanggal-tanggal penting dalam Islam yang dapat diketahui pengguna dengan mudah, seperti tanggal Isra' dan Mi'raj, Wukuf Arafah, Maulid Nabi, dan sebagainya. Hal ini dapat mempermudah pengguna ketika akan melakukan ritual ibadah tertentu di tanggal-tanggal tersebut. Sedangkan dalam fitur *Duas*, pengguna akan disajikan beragam doa Islam sehari-hari sehingga dapat diamalkan secara praktis, seperti doa makan, tidur, perjalanan, masuk dan keluar rumah, dan lain sebagainya. Dan yang terakhir fitur *Names*, di mana pengguna dapat menggunakannya untuk berdzikir seraya mengagungkan nama-nama Allah SWT (*al-asma' al-husna*) dan merenungi arti dari Ke-Maha Besaran-Nya.

Dalam aplikasi Umma juga terdapat beberapa fitur yang menyediakan beragam informasi tentang Islam, di antaranya fitur *uVoice*, *uForum*, dan *Article*. Fitur *uVoice* adalah fitur yang menampilkan kajian tentang Islam lewat suara. Fitur ini biasanya dapat dimanfaatkan untuk mempelajari Islam secara



tematik. Di dalam fiturnya sudah tersedia beberapa tema kajian islami yang dapat diakses oleh penggunanya. Begitu pula dalam fitur *uForum*, pengguna dalam menonton beberapa video ceramah keagamaan yang disampaikan oleh narasumber terpercaya, seperti ustadz, kyai, dai, dan sebagainya. Sedangkan dalam fitur *article*, para pengguna bisa menjelajahi informasi tentang Islam melalui artikel-artikel Islam yang disajikan oleh pihak pengembang aplikasi. Para pengguna bisa membaca artikel keislaman secara lengkap mulai dari artikel tentang ajaran fikih, kandungan hadis, tafsir Al-Qur'an, dan semacamnya.

Perilaku penggunaan fitur aplikasi ini sangat kuat dilatarbelakangi oleh motif keinginan untuk mencari informasi. Papacharissi dan Rubin menyebut motif ini dengan motif *information seeking*. Yaitu dorongan dalam diri manusia yang secara tidak sadar diarahkan untuk selalu ingin mencari informasi yang belum ia ketahui.<sup>142</sup> Lebih lanjut Papacharissi dan Rubin mengemukakan ada lima motif utama dalam diri manusia Ketika berhadapan dengan media digital, antara lain: 1) motif *interpersonal utility*, 2) motif *passing time*, 3) motif *information seeking*, 4) motif *convenience*, dan 5) motif *entertainment*.<sup>143</sup> Motif *interpersonal utility* dipahami sebagai dorongan untuk melakukan interaksi dengan orang lain. Adapun motif *passing time* adalah dorongan untuk mengisi waktu luang. Sementara motif *information seeking* adalah dorongan untuk mencari tahu informasi dan pengetahuan. Motif *convenience* adalah dorongan yang muncul karena adanya kenyamanan dalam menggunakan media, seperti kemudahan dalam mengakses, biaya yang murah, dan hal-hal lainnya. Sedangkan motif *entertainment* adalah dorongan untuk mencari hiburan atau kesenangan yang dapat mengalihkan para pengguna dari kesibukan dan rutinitas yang melelahkan.

Sejalan dengan Papacharissi dan rubin, Blumer dalam Rakhmat juga memiliki kategorisasi motif yang serupa. Ia mengatakan bahwa manusia pada

---

<sup>142</sup> Zizi Papacharissi and Alan M. Rubin, "Predictors of Internet Use," [https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402\\_2](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_2) 44, no. 2 (2010): 175–196, h. 186

<sup>143</sup> Zizi Papacharissi and Alan M. Rubin, "Predictors of Internet Use," [https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402\\_2](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_2) 44, no. 2 (2010): 175–196, h. 187

dasarnya manusia mempunyai dorongan lahiriyah untuk memenuhi kebutuhan kognitifnya. Oleh sebab itu, Blumer menyatakan ada motif kognitif dalam diri manusia yang bertugas untuk mencukupi kebutuhan informasi aktual dan eksplorasi realitas. Subjek yang memiliki motif kognitif akan berusaha mencari segala macam informasi yang ia butuhkan lewat berbagai media yang dapat dijangkaunya.<sup>144</sup>

Motif *information seeking* ini dapat diketahui berdasarkan pengakuan beberapa informasi dari pengguna aplikasi Muslim Pro dan Umma. Seperti yang diungkapkan oleh MG.

MG menyatakan bahwa dengan aplikasi Muslim Pro, ia lebih mudah mendapatkan informasi-informasi seputar Islam. Setiap harinya ia memperoleh notifikasi-notifikasi yang berisi kandungan-kandungan ayat Al-Qur'an, hadis, ataupun kalimat-kalimat inspiratif yang islami. Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh LI dan IP, dua subjek pengguna aplikasi Umma. LI mengatakan bahwa dengan aplikasi Umma, ia dapat memenuhi kebutuhan informasi tentang Islam melalui fitur *uVoice* dan *uForum*. Ia banyak memperoleh informasi tentang ilmu fikih, dakwah, hadis, tafsir, dan lainnya. Sedangkan IP mengatakan bahwa aplikasi Umma membantunya untuk mendapatkan informasi tentang agama Islam melalui fitur tanya jawab, postingan-postingan yang ada di *timeline*, dan notifikasi-notifikasi artikelnya.

### 3. Motif *Personal Identity* Untuk Membaca Al-Qur'an Digital

Karakteristik yang ketiga dari penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma adalah adanya perilaku pengguna untuk menggunakan aplikasi sebagai media alternatif untuk membaca Al-Qur'an secara digital. Al-Qur'an yang dihadirkan dalam format digital (*printless*) ini sangat memudahkan dan menguntungkan bagi para pengguna untuk bisa membacanya kapan saja dan di mana saja. Kemudahan ini juga membuat para pengguna tidak perlu lagi merasa

---

<sup>144</sup> Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), h. 66

kesulitan untuk membawa Al-Qur'an konvensional dalam bentuk cetak. Perilaku penggunaan Al-Qur'an digital ini kemudian dapat terjadi karena atas dasar adanya motif identitas diri. Motif identitas personal (*personal identity*) ini menurut McQuail adalah bentuk dorongan manusia terhadap sesuatu yang dapat memperkuat atau menambah nilai integritas seseorang, seperti keyakinan, pemahama diri, eksplorasi realitas dan sebagainya.<sup>145</sup> Lebih lanjut McQuail membagi motif penggunaan media menjadi empat, antara lain: 1) motif pengawasan (*surveillance*), 2) identitas pribadi (*personal identity*), 3) hubungan personal atau integrasi (*personal relationship*), dan 4) motif hiburan (*diversion*).<sup>146</sup>

Dalam konteks ini, maka para pengguna memanfaatkan fitur Al-Qur'an digital dalam aplikasi untuk dapat membentuk identitas diri sebagai Muslim atau Muslimah yang taat kepada ajaran-ajaran agama. Ketaatan ini salah satunya dimanifestasikan dengan membaca Al-Qur'an setiap hari. Menurut Glock dan Stark ketaatan ini kemudian menjadi salah satu indikator religiusitas seseorang yang tergolong dalam dimensi ritual (*the ritual dimension*). Yaitu komitmen atau ketaatan terhadap ajaran agama yang diwujudkan dengan melakukan ritual-ritual peribadatan tertentu.<sup>147</sup> Salah satunya membaca Al-Qur'an. Dalam Al-Qur'an sendiri dari perintah untuk menjalankan ritual tersebut termuat dalam firman-Nya yang berbunyi:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ<sup>148</sup>

“Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku”

<sup>145</sup> Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, ed, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), h. 72

<sup>146</sup> Natalia Setyawati, “Motif Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Acara Berita Kriminal Kecek MHTV,” *Jurnal e-Komunikasi* 3, no. 1 (July 31, 2015), accessed July 16, 2021, <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/3823>.

<sup>147</sup> C.Y. Glock & R. Stark, *American Piety: The Nature of Religious Commitment* dalam Ahmad Saifuddin, *Psikologi Agama: Implementasi Psikologi Untuk Memahami Perilaku Agama* (Jakarta: Kencana, 2019), h.57

<sup>148</sup> QS. Adz-Dzariyat [51]: 56

Pendapat yang serupa juga diungkapkan oleh Verbit. Dalam *The Components and Dimensions of Religious Behaviour: Toward a Reconceptualization of Religiosity*, ia menjelaskan bahwa salah satu dimensi yang harus ada dalam entitas religiusitas seseorang adalah dimensi ritual, seperti puasa dan membaca Al-Qur'an. Dalam istilah yang agak berbeda, Olufadi menyatakan bahwa indikator ketiga dari aspek religiusitas seseorang adalah selalu terlibat dalam ibadah atau ritual fisik kepada Tuhan (*engaging in bodily worship of God*).

Motif identitas personal dalam upaya untuk meningkatkan integritas ketaatan seorang hamba melalui aktivitas membaca Al-Qur'an dalam format digital ini dapat diketahui berdasarkan pengakuan beberapa informasi dari pengguna aplikasi Muslim Pro dan Umma. Seperti yang diungkapkan oleh FFM dan FN. Mereka menyatakan bahwa dengan menggunakan aplikasi Muslim Pro, umat Islam dapat selalu terhubung dengan Allah dan tetap menjadi hamba yang taat dengan membaca Al-Qur'an secara mudah, praktis, dan fleksibel. Tidak perlu repot untuk membaca Al-Qur'an yang versi cetak, namun hanya cukup membuka telfon genggamnya dan membuka aplikasi Muslim Pro. FFM, seorang mahasiswi mengaku bahwa Al-Qur'an versi digital yang ada di aplikasi Muslim Pro membuatnya mudah dan nyaman membaca Al-Qur'an ketika saat berada dalam aktivitas kuliah di Jurusan Biologi. Di samping itu, FM mengaku bahwa ia merasa sangat terbantu dengan adanya fitur Al-Qur'an digital, karena tidak hanya membaca Al-Qur'an saja, FM bisa mengetahui terjemahannya dan hukum tajwidnya sehingga FM bisa belajar memperbaiki dan memperbagus bacaannya.

Sementara beberapa pengguna aplikasi Umma juga mengungkapkan pendapat yang serupa, seperti NU, DW, FAN, dan IP. NU dan FAN menyatakan bahwa ia merasa memperoleh banyak kemudahan ketika membaca Al-Qur'an dalam format digital saat berada di perjalanan. Sementara DW dan IP mempunyai varian dorongan lain ketika menggunakan fitur Al-Qur'an digital,

yaitu untuk setoran hafalan Al-Qur'an dan mengulang-ulang kembali hafalannya (*murojaah*).

#### 4. Motif Identitas Personal untuk Membentuk Citra Muslim Modern

Tidak bisa dipungkiri, modernitas memang telah menempati berbagai ruang kehidupan. Termasuk ruang-ruang keagamaan. Bisa dikatakan, hampir tidak ada celah dari kehidupan kita yang terlepas dari modernitas. Manifestasi dari modernitas itu sendiri begitu beragam, mulai dari adanya upaya pembaharuan dalam pemikiran dan konsep yang dianggap telah *out of date* atau ketinggalan zaman, terjadi digitalisasi di banyak sektor, dan inovasi-inovasi dalam bidang teknologi untuk menciptakan efisiensi dan efektivitas kerja. Salah satunya adalah adanya teknologi kecerdasan artifisial yang disematkan dalam bentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma. Teknologi yang digunakan menghadirkan banyak kemudahan di dalamnya yang menarik banyak umat Islam untuk menggunakannya. Dalam pengertian yang lain, teknologi yang ada dalam aplikasi tersebut merupakan bagian dari media baru (*new media*) yang lahir di era revolusi industri keempat.

Media baru pada dasarnya adalah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy ketika membahas mengenai perkembangan media.<sup>149</sup> Menurut Creeber dan Martin, media baru adalah produk dari komunikasi yang dimediasi teknologi yang ada bersama komputer digital. Media baru dapat dipahami sebagai segala media yang terhubung dengan internet. Liliweri mengungkapkan bahwa media baru dapat didefinisikan dengan konsep yang menjelaskan kemampuan media dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten kapan saja, di mana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja baik penerima maupun pengguna untuk berpartisipasi secara aktif, interaktif, dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas

---

<sup>149</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), h. 374

atau masyarakat baru melalui isi media.<sup>150</sup> Beberapa karakteristik dari media baru ini, antara lain; menggunakan internet sebagai medium, dapat bekerja secara lebih cepat dan efisien, pesan yang cepat tersampaikan dan penggunanya dapat terkoneksi secara global.<sup>151</sup>

Modernisasi yang terjadi akan mengarah pada penanaman nilai-nilai *integrated technology* untuk menambah efektivitas dalam beribadah. Secara tidak langsung, umat Islam pengguna aplikasi tersebut akan mengikuti tren perkembangan yang ada dalam dunia modern dan menjalankan pola-polanya. Umat Islam yang modern tidak lagi berjibaku dalam pola hidup yang rigid dan lambat, melainkan disibukkan dengan dunia yang serba mudah dan cepat. Para pengguna aplikasi Muslim Pro dan Umma tentunya adalah bagian dari kelompok tersebut. Semua perilaku yang mengarah pada pemanfaatan teknologi dapat identifikasi karena adanya motif identitas personal yang ada dalam diri para pengguna. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, motif identitas personal (*personal identity*) ini menurut McQuail adalah bentuk dorongan manusia terhadap sesuatu yang dapat memperkuat atau menambah nilai integritas seseorang, seperti keyakinan, pemahaman diri, eksplorasi realitas dan sebagainya.<sup>152</sup>

Motif identitas personal dalam upaya untuk membentuk citra modern dalam diri seorang Muslim melalui pemanfaatan teknologi ini dapat diketahui berdasarkan pengakuan beberapa informasi dari pengguna aplikasi Muslim Pro dan Umma. Seperti yang diungkapkan oleh FFM dan AAS. Dalam pernyataannya, FFM dan ASS mengaku bahwa aplikasi Muslim Pro membuat eksistensi modernitas sebagai Muslim terakui dan mampu mengikuti perkembangan zaman dengan baik. Hal ini terbukti dengan adanya kalimat yang menyatakan bahwa FFM tidak mau terlihat oleh teman-temannya sebagai

---

<sup>150</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Personal* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2015), h. 284

<sup>151</sup> Herman Indah Wahyuni, *Kebijakan Media Baru Di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2013), h. 97

<sup>152</sup> Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, ed, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), h. 72

Muslimah yang konservatif dan kuno sehingga ia memutuskan untuk memakai aplikasi Muslim Pro.

Pendapat yang serupa juga dikemukakan oleh FA, LI, dan IP sebagai pengguna aplikasi Umma. FA menyatakan bahwa dengan menggunakan aplikasi Umma, ia merasa lebih modern. Melakukan ibadah juga bisa dengan cara yang praktis, tidak harus dengan cara yang konvensional. Bahkan ia menganggap dengan menggunakan teknologi inilah disebut berislam dengan cara yang modern. Sementara LI mengungkapkan bahwa salah satu ciri dari modernitas adalah mudahnya aktivitas dengan hanya sekali klik di telfon genggam tanpa harus merepotkan diri untuk bawa barang-barang yang lain. Sedangkan IP mengatakan bahwa dirinya merasa lebih modern karena dapat mengikuti perkembangan zaman. Sebagai contohnya, cara konvensional untuk mencari arah kiblat dulunya harus melihat arah mata angin, tapi sekarang hanya bisa dilakukan dengan membuka aplikasi Umma di layar telfon genggam. Dengan adanya aplikasi ini pula ia merasa bangga karena dengan ini umat Islam bisa relevan dengan perkembangan zaman, salah satunya dengan kemampuan membuat dan menggunakan aplikasi yang memanfaatkan teknologi infomasi dan kecerdasan artifisial ini.

##### 5. Motif *Interpersonal Utility* untuk Berinteraksi Dengan Muslim Lainnya

Karakteristik penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma selanjutnya adalah untuk berinteraksi dengan Muslim lainnya. Dua aplikasi yang menyediakan media bertukar informasi melalui medium internet ini membuat Muslim khususnya pengguna aplikasi menjadi mudah berkomunikasi satu sama lain tanpa ada batas jarak dan waktu. Mereka seolah memiliki dunia yang kedua setelah dunia realitas untuk saling berbagi pengalaman. Selain itu, para pengguna juga bisa saling mendoakan melalui dua aplikasi ini. Muslim Pro melayani kebutuhan interaksi ini dengan mengembangkan fitur yang namanya *Community*. Sedangkan Umma memfasilitasinya dengan fitur *Q&A (Question and Answer)*. Namun, perlu dicatat bahwa ada perbedaan secara fungsional dari

kedua fitur tersebut. Dalam penerapannya, fitur *Community* hanya bisa digunakan untuk saling berbagi doa antar sesama Muslim, sedangkan fitur *Q&A* dapat digunakan untuk melakukan tanya-jawab seputar Islam dengan sesama pengguna aplikasi.

Dari perilaku penggunaan terhadap fitur-fitur tersebut, tampak bahwa para pengguna mempunyai keinginan atau kebutuhan untuk berinteraksi dan menjalin hubungan persaudaraan yang lebih dalam lagi. Ada perasaan ingin aktif menjadi pengguna yang dapat bergaul dan menjadi bagian dari aktivitas pengguna lainnya. Perilaku penggunaan semacam ini diduga kuat didasarkan pada suatu motif yang menurut Papacharissi disebut motif *interpersonal utility*. Yaitu dorongan dalam diri manusia untuk melakukan hubungan interpersonal, interaksi, komunikasi, dengan orang lain. Hal ini cenderung terjadi karena keterbatasan seseorang untuk melakukan interaksi tatap muka dengan orang lain.<sup>153</sup> McQuail juga mempunyai pandangan yang sama bahwa manusia akan didorong dengan motif integrasi untuk melakukan berbagai manfaat sosial informasi dalam percakapan dan menggunakan media untuk kepentingan perkawanan.<sup>154</sup>

Adanya motif *interpersonal utility* dalam penggunaan aplikasi sebagai media untuk berinteraksi ini dibuktikan dengan beberapa pengakuan subjek pengguna aplikasi Umma, seperti yang diungkapkan NU. Dalam pernyataannya, NU menegaskan bahwa dengan aplikasi Umma, ia dapat dapat menjalin relasi sosial dengan sesama Muslimah yang lain dari berbagai daerah, bertukar informasi, pengalaman dan lainnya. NU menganggap aplikasi Umma ini juga dapat memberikannya fasilitas untuk membangun jaringan-jaringan komunitas digital baru.

---

<sup>153</sup> Papacharissi and Rubin, "Predictors of Internet Use.", h. 186

<sup>154</sup> McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, h. 72



## **5.2 Model Implementasi Teknologi Kecerdasan Artifisial Berbentuk Aplikasi Muslim Pro dan Umma dalam Meningkatkan Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang**

Dalam bagian ini, melalui kerangka metode penelitian kualitatif, peneliti mencoba mendiskusikan temuan-temuan yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma yang berbasis teknologi kecerdasan artifisial dalam meningkatkan aspek religiusitas seseorang. Dari gambaran-gambaran perilaku penggunaan aplikasi yang telah diklasifikasikan dalam bab sebelumnya, peneliti akan berusaha menerangkan bagaimana model penggunaan aplikasi tersebut dalam upaya untuk meningkatkan aspek religiusitas seseorang.

Model sendiri adalah bentuk pola atau kerangka terstruktur yang digunakan untuk menjalankan pekerjaan tertentu. Abimanyu menyatakan bahwa model adalah kerangka konseptual yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasional tertentu.<sup>155</sup> Pendapat yang sejalan juga diungkapkan oleh Suprijono bahwa model adalah bentuk representasi akurat sebagai proses aktual yang memungkinkan seseorang atau kelompok mencoba bertindak sesuai model itu.<sup>156</sup> Sementara Fachri dan Irwan mengatakan bahwa model atau pola dapat terbentuk dari adanya sistem atau cara kerja atau aktivitas yang dilakukan secara berulang-ulang. Aktivitas-aktivitas yang berulang-ulang tersebut akan membentuk struktur yang tetap yaitu pola.<sup>157</sup>

Untuk menjelaskan model atau pola penggunaan media dalam hal ini aplikasi dapat diilustrasikan ketika seseorang memilih dan selanjutnya menggunakan suatu media yang dilatarbelakangi oleh adanya motif tertentu. Setiap orang akan memiliki motif yang berbeda-beda di antara yang lain saat menentukan

---

<sup>155</sup> Abimanyu, *Bahan Ajar Cetak Strategi Pembelajaran: Metode Pembelajaran Yang Lebih Berpusat Pada Guru* (Jakarta: Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional, 2008), h. 311

<sup>156</sup> Agus Suprijono, *Cooperative Learning: Teori Dan Aplikasi PAIKEM* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 45

<sup>157</sup> Irwan Syari Fachri Syahreza, "Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED," *Jurnal Interaksi* 2 2 (18AD), h. 69

media yang akan digunakan. Ketika motif terpenuhi, maka akan terlihat bagaimana orang tersebut menggunakan media yang dipilihnya untuk memenuhi kebutuhannya.<sup>158</sup> Fachri dan Irwan menjelaskan bahwa Ketika seseorang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya akan menunjukkan beberapa kebiasaan. Kebiasaan tersebut, antara lain; frekuensi (tingkat keseringan) penggunaan media, durasi (lama tidaknya) penggunaan media, situasi dan kondisi, waktu dan tempat, pilihan isi media, dan pilihan aplikasi media.<sup>159</sup> Dari kebiasaan-kebiasaan ini, maka akan tampak perbedaan-perbedaan yang jelas mengenai model penggunaannya berdasarkan motif dan kebiasaannya. Orang yang menggunakan media dengan motif sosiogenetis akan cenderung berbeda dengan orang yang menggunakan media dengan motif teogenetis, orang yang menggunakan media dengan motif *interpersonal identity* akan cenderung berbeda dengan orang yang menggunakan media dengan motif *seeking information*, begitu seterusnya.

Dalam memahami model atau pola penggunaan suatu aplikasi lebih jauh, teori *Uses & Gratification* yang dikembangkan Blumer dan Katz dapat menjadi konstruksi analisis yang dapat digunakan. Teori *Uses & Gratification* atau teori penggunaan dan kepuasan sendiri adalah sebuah teori yang menyatakan bahwa khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak.<sup>160</sup> Menurut Blumer dan Katz, teori *Uses & Gratification* pada mulanya meriset kebutuhan psikologis atau sosial, lalu kemudian kebutuhan tersebut menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber lain, dari harapan-harapan itu akan membawa pada pola terpaan media yang berlainan, hingga akhirnya semua itu akan menghasilkan kepuasan khalayak yang disertai dengan konsekuensi-konsekuensi tertentu.<sup>161</sup> Berikut ilustrasinya:

---

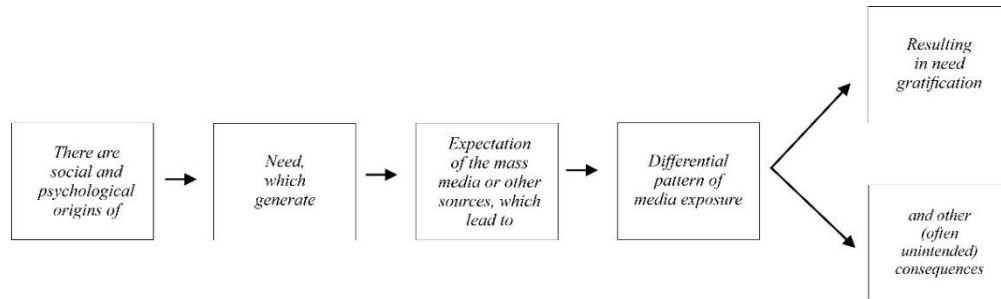
<sup>158</sup> Irwan Syari Fachri Syahreza, "Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED," *Jurnal Interaksi* 2 2 (18AD), h. 69

<sup>159</sup> Irwan Syari Fachri Syahreza, "Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED," *Jurnal Interaksi* 2 2 (18AD), h. 69-70

<sup>160</sup> Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Kuantitatif Dan Kualitatif*, h. 369

<sup>161</sup> Rakhmat, *Psikologi Agama*, h. 205

**Gambar 1.1 Elemen-elemen Teori *Uses and Gratification***

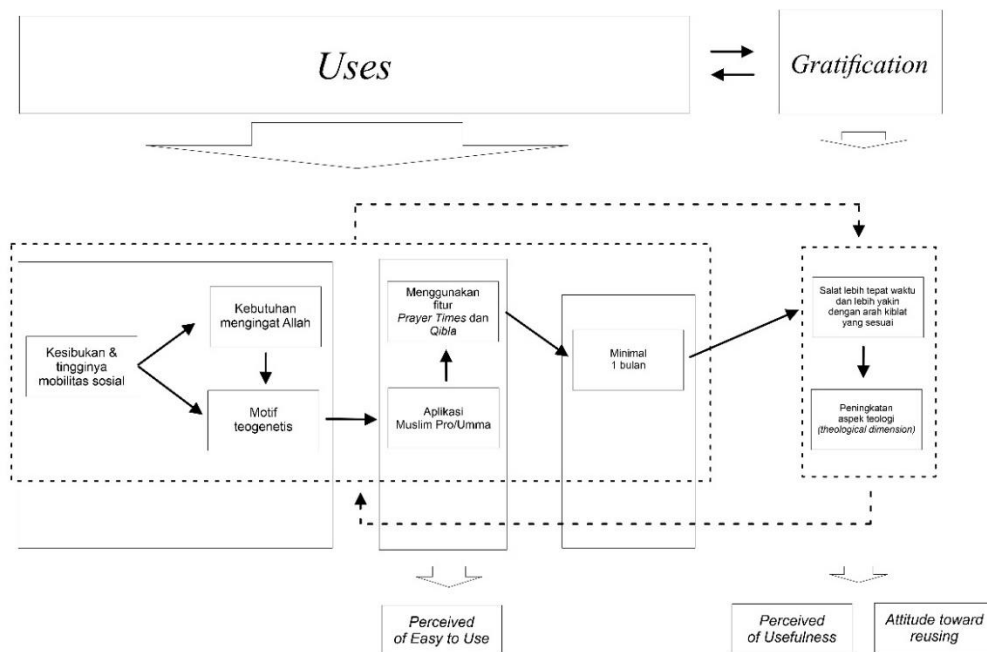


Berdasarkan teori tersebut, dalam konteks penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma membentuk model-model implementasi berikut:

1. Model Implementasi Penggunaan Aplikasi Muslim Pro dan Umma sebagai Media Alternatif untuk Meningkatkan Dimensi Teologi (*The Theological Dimension Improvement*)

Penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma dengan motif teogenetis cenderung membentuk model penggunaan yang mengarah pada peningkatan hubungan dengan Tuhan (*Improving Theological Dimension*) atau *Habl Min Allah*. Adapun implementasi strukturalnya dapat diilustrasikan dalam bagan berikut:

**Gambar 1.2 Model Implementasi Penggunaan Aplikasi untuk Meningkatkan Dimensi Teologi (*The Theological Dimension Improvement*)**



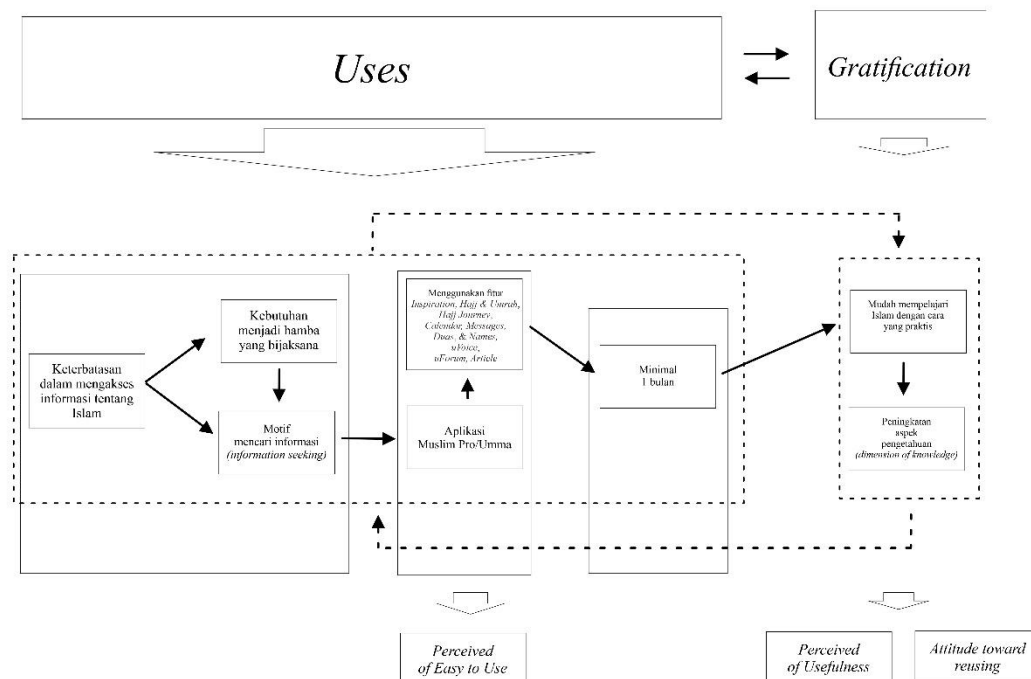
Dari gambar tersebut, dapat diketahui bahwa penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma untuk peningkatan aspek teologi berpola saling mempengaruhi dan membentuk hubungan timbal balik yang konsisten. Berdasarkan teori *Uses & Gratification* yang dikembangkan oleh Blumer dan Katz, pada tahap pertama, para pengguna memiliki permasalahan internal dalam dirinya, yaitu adanya keresahan batin karena semakin banyaknya aktivitas dan kesibukannya yang menjadikan mereka kesulitan dalam mengingat dan membangun hubungan dengan Allah, dari faktor tersebut kemudian mereka merasa memiliki kebutuhan untuk bisa selalu mengingat dan mendekatkan diri kepada Allah. Pada tahap ini, para pengguna dalam dirinya sekaligus sudah terbentuk motif teogenetis. Setelah ada kebutuhan dan motifnya, pengguna mencari media yang dapat memuaskan kebutuhannya. Terpilihlah aplikasi Muslim Pro atau Umma. Kemudian, para pengguna mengunduh aplikasi di *Google Playstore* dan memasangnya dalam ponselnya masing-masing. Setelah memiliki aplikasinya, pengguna mencari tahu dan mempelajari fitur-fiturnya. Setelah merasa cocok dengan fitur yang dapat

merealisasikan kebutuhan teogenetisnya, yaitu fitur pengingat salat dan arah kiblat yang ada dalam aplikasi Muslim Pro atau Umma, pengguna menjalankan fiturnya berulang-ulang dengan frekuensi yang lama, setidaknya minimal satu bulan. Fitur-fitur tersebut akan bekerja untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Pada tahap akhir, pengguna merasa terpuaskan karena dengan fitur tersebut pengguna dapat melaksanakan salat tepat waktu dan mencari arah kiblat dengan benar. Hal tersebut preseden yang bisa meningkatkan religiusitasnya di aspek *teological dimension*.

2. Model Implementasi Penggunaan Aplikasi Muslim Pro dan Umma untuk Meningkatkan Dimensi Pengetahuan (*The Dimension of Knowledge Improvement*)

Penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma dengan motif mencari informasi (*information seeking*) yang selalu berkeinginan mencari tahu dan mempelajari ajaran-ajaran Islam cenderung membentuk model penggunaan yang mengarah pada sisi pengetahuan dari religiusitas pengguna untuk berusaha menjadi hamba yang tidak hanya taat, melainkan juga mengerti dengan ajaran-ajaran yang dianutnya serta nantinya dapat diamalkan dalam kehidupan sehari-hari (*Dimension of Knowledge*) secara bijaksana. Adapun implementasi strukturalnya dapat diilustrasikan dalam bagan berikut:

**Gambar 1.4 Model Implementasi Penggunaan Aplikasi untuk Meningkatkan Dimensi Pengetahuan (*The Dimension of Knowledge Improvement*)**



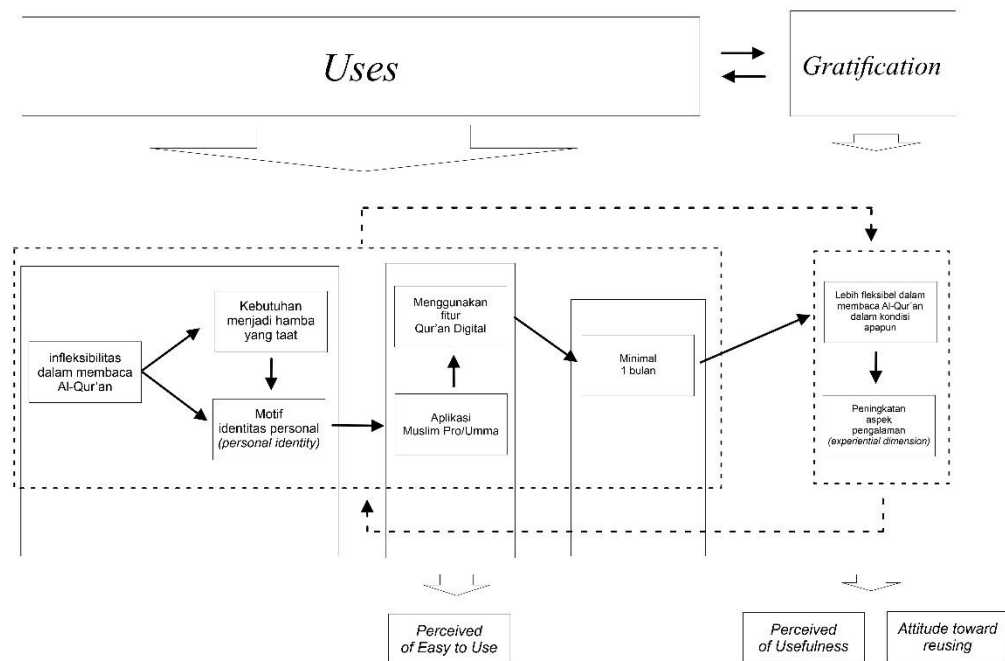
Dari gambar tersebut, dapat diketahui bahwa penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma untuk peningkatan aspek eksperiensial juga berpola saling mempengaruhi dan membentuk hubungan timbal balik yang konsisten. Berdasarkan teori *Uses & Gratification* yang dikembangkan oleh Blumer dan Katz, pada tahap pertama, para pengguna memiliki permasalahan internal dalam dirinya, yaitu adanya keterbatasan diri dalam mengakses informasi tentang Islam secara mudah. Hal ini dikarenakan para pengguna yang notabennya tidak semuanya pernah mengenyam pendidikan di lembaga Islam, seperti pesantren, madrasah, dan lainnya. Faktor tersebut yang kemudian menjadikan pengguna awal mula merasa memiliki kebutuhan untuk mendapatkan informasi tentang Islam. Pada tahap ini, pengguna dalam dirinya sekaligus sudah terbentuk motif mencari informasi (*information seeking*). Setelah ada kebutuhan dan motifnya, pengguna mencari media yang dapat memuaskan kebutuhannya. Terpilihlah aplikasi Muslim Pro atau Umma. Kemudian, pengguna mengunduh aplikasi di *Google Playstore* dan memasangnya di ponselnya masing-masing. Setelah mencari tahu dan

mempelajari fitur-fiturnya, pengguna merasa cocok dengan fitur yang dapat merealisasikan kebutuhan *information seeking*, yaitu fitur *Inspiration*, *Hajj & Umrah*, *Hajj Journey*, *Calendar*, *Messages*, *Duas*, & *Names* yang ada dalam aplikasi Muslim Pro atau fitur *uVoice*, *uForum*, dan *Article* yang ada di aplikasi Umma. Pengguna menjalankan fiturnya berulang-ulang dengan frekuensi yang lama, minimal satu bulan dan disertai durasi 10-30 menit. Fitur-fitur tersebut akan bekerja untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Hingga pada akhirnya pengguna merasa terpuaskan karena dengan fitur tersebut pengguna dapat mempelajari ajaran-ajaran Islam dengan cepat. Hal tersebut preseden yang bisa meningkatkan religiusitasnya di aspek *dimension of knowledge*.

3. Model Implementasi Penggunaan Aplikasi Muslim Pro dan Umma untuk Meningkatkan Dimensi Pengalaman dari Religiusitas (*The Experiential Dimension Improvement*)

Penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma dengan motif identitas personal (*personal identity*) yang dilakukan dengan selalu berkeinginan membaca Al-Qur'an di mana saja dan kapan saja cenderung membentuk model penggunaan yang mengarah pada sisi eksperiensial dari religiusitas pengguna untuk berusaha menjadi hamba yang taat menjalankan perintah-Nya (*Experiential Dimension*). Adapun implementasi strukturalnya dapat diilustrasikan dalam bagan berikut:

**Gambar 1.3 Model Implementasi Penggunaan Aplikasi untuk Meningkatkan Dimensi Pengalaman (*The Experiential Dimension Improvement*)**



Dari gambar tersebut, dapat diketahui bahwa penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma untuk peningkatan aspek eksperiensial juga berpola saling mempengaruhi dan membentuk hubungan timbal balik yang konsisten. Berdasarkan teori *Uses & Gratification* yang dikembangkan oleh Blumer dan Katz, pada tahap pertama, para pengguna memiliki permasalahan internal dalam dirinya, yaitu adanya keresahan batin karena adanya infleksibilitas dalam membaca Al-Qur'an di tengah aktivitas yang padat, hal ini menjadikan individu merasa kesulitan untuk menjadi hamba yang taat. Dari faktor tersebut kemudian mereka memiliki kebutuhan untuk bisa membaca Al-Qur'an secara kontinyu dengan mudah dan praktis di mana saja dan kapan saja. Pada tahap ini, dalam diri pengguna sekaligus sudah terbentuk motif identitas personal (*personal identity*). Setelah ada kebutuhan dan motifnya, pengguna mencari media yang dapat memuaskan kebutuhannya. Terpilihlah aplikasi Muslim Pro atau Umma. Setelah pengguna mengunduh aplikasi di *Google Playstore* dan memasangnya di ponselnya masing-masing, pengguna mencari tahu dan mempelajari fitur-fiturnya yang dapat merealisasikan kebutuhan identitas personalnya, yaitu fitur

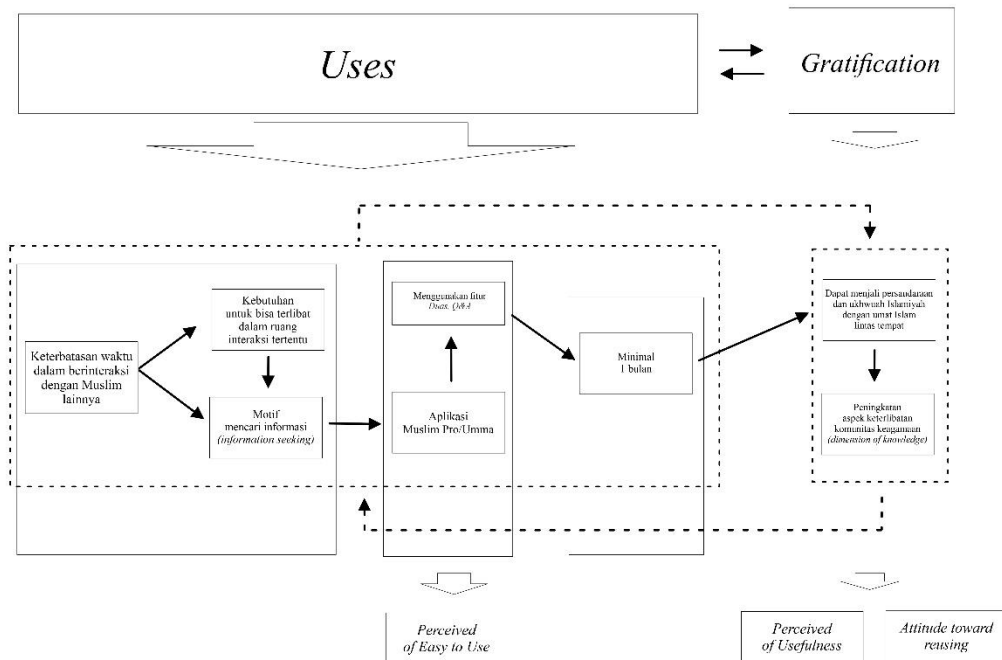


al-Quran digital yang ada dalam aplikasi Muslim Pro atau Umma. Pengguna menjalankan fiturnya berulang-ulang dengan frekuensi yang lama, minimal satu bulan dan disertai durasi 30-60 menit setiap harinya. Fitur-fitur tersebut akan bekerja untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Pengguna merasa terpuaskan karena dengan fitur tersebut pengguna dapat membaca Al-Qur'an dengan mudah dan praktis di mana saja dan kapan saja, seperti saat sedang dalam perjalanan, tempat baru, jauh dari pusat peribadatan, dan sebagainya. Hal tersebut preseden yang bisa meningkatkan religiusitasnya di aspek *experiential dimension*.

4. Model Implementasi Penggunaan Aplikasi Muslim Pro dan Umma sebagai Episentrum untuk Meningkatkan Dimensi Keterlibatan dalam Komunitas Keagamaan (*The Dimension of Community Improvement*)

Penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma dengan motif mencari informasi (*interpersonal identity*) yang selalu berkeinginan untuk menjalin hubungan, membangun relasi, dan menciptakan interaksi komunal cenderung membentuk model penggunaan yang mengarah pada sisi jaringan komunitas dari religiusitas pengguna untuk berusaha menjadi hamba yang tidak hanya taat, mengerti dengan ajaran-ajaran yang dianutnya, tapi juga aktif berkontribusi dalam menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat agama lainnya (*Dimension of Community*). Adapun implementasi strukturalnya dapat diilustrasikan dalam bagan berikut:

**Gambar 1.5 Model Implementasi Penggunaan Aplikasi untuk Meningkatkan Dimensi Keterlibatan dalam Komunitas Keagamaan**  
(*The Dimension of Knowledge Improvement*)



Dari gambar tersebut, dapat diketahui bahwa penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma untuk peningkatan aspek eksperiensial juga berpola saling mempengaruhi dan membentuk hubungan timbal balik yang konsisten. Berdasarkan teori *Uses & Gratification* yang dikembangkan oleh Blumer dan Katz, pada tahap pertama, para pengguna memiliki permasalahan internal dalam dirinya, yaitu adanya keterbatasan waktu dalam berinteraksi dengan Muslim yang lain dalam ruang tertentu karena adanya banyak kesibukan. Faktor tersebut kemudian menjadikan pengguna pada tahap awal merasa memiliki kebutuhan untuk berinteraksi dengan sesama Muslim dalam ruang yang tak terbatas waktu. Pada tahap ini, pengguna dalam dirinya sudah terbentuk motif identitas interpersonal (*interpersonal identity*). Setelah ada kebutuhan dan motifnya, pengguna mencari media yang dapat memuaskan kebutuhannya. Terpilihlah aplikasi Muslim Pro atau Umma. Kemudian pengguna mengunduh aplikasi di *Google Playstore* dan memasangnya di

ponselnya masing-masing. Setelah, mencari tahu dan mempelajari fitur-fiturnya, pengguna merasa cocok dengan fitur yang dapat merealisasikan kebutuhan *interpersonal identity*, yaitu fitur *duas* yang ada dalam aplikasi Muslim Pro atau fitur *Q&A* yang ada di aplikasi Umma. Pengguna menjalankan fiturnya berulang-ulang dengan frekuensi yang lama, minimal satu bulan dan disertai durasi 10-30 menit. Fitur-fitur tersebut akan bekerja untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Hingga pada akhirnya, pengguna merasa terpuaskan karena dengan fitur tersebut pengguna dapat berinteraksi dengan Muslim lainnya dan membangun relasi dengan cepat. Hal tersebut preseden yang bisa meningkatkan religiusitasnya di aspek *dimension of community*.

Dari model implementasi penggunaan aplikasi dari tahap awal sampai terakhir, jika ditinjau dalam teori *Technology Acceptance Mode* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis, penggunaan sebuah teknologi tertentu dapat distimulasi oleh faktor penerimaan individual. Menurutny, ada dua indikator keyakinan (*belief*) yang membentuk niat perilaku seseorang untuk menggunakan teknologi, yaitu: *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan persepsian) dan *perceived usefulness* (kemanfaatan persepsian).<sup>162</sup> Dalam hal ini adalah kemudahan penggunaan aplikasi teknologi Muslim Pro dan Umma yang tidak membutuhkan usaha besar, konsumsi waktu yang lama, dan sebagainya, sedangkan untuk kemanfaatan persepsiannya adalah individu pengguna dapat melaksanakan salat tepat waktu dan mencari arah kiblat dengan benar, lebih fleksibel dalam membaca Al-Qur'an dalam kondisi apapun, mudah mempelajari Islam dengan cara praktis, dan menjalin persaudaraan dan *ukhwuah Islamiyah* dengan umat Islam lintas tempat, yang pada akhirnya semua itu dapat meningkatkan religiusitasnya di aspek teologi, eksperiensial, pengetahuan, dan keterlibatan dalam komunitas keagamaan. Dari dua

---

<sup>162</sup> Angelina Corahta br. Sinulingga, "Analisis Faktor Penggunaan Aplikasi Inventory Control System (Ics) Dengan Model Penerimaan Teknologi Yang Dimodifikasi Pada Ria Busana Chain Store," *Accounting and Business Information Systems Journal* 7, no. 4 (September 22, 2020), h. 4

keyakinan itu pada gilirannya akan membentuk *attitude toward reusing* pada aplikasi terkait, yaitu sikap positif individu dalam menggunakan teknologi Muslim Pro dan Umma secara berkelanjutan. Menurut Ajzen, sikap ini ditentukan oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu perilaku (*behavioral beliefs*). Keyakinan ini dipengaruhi oleh penilaian subjektif individu terhadap lingkungan sekitarnya dan pemahaman individu mengenai diri sendiri dengan cara menghubungkan antara perilaku tertentu dengan berbagai manfaat atau kerugian yang mungkin diperoleh.<sup>163</sup>

#### **4.3 Pengaruh Penggunaan Teknologi Kecerdasan Artifisial Berbentuk Aplikasi Muslim Pro dan Umma Terhadap Tingkat Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang**

Dalam bagian ini, melalui kerangka metode penelitian kuantitatif yang berlandaskan pada uji data statistik, peneliti mencoba mendiskusikan temuan-temuan yang berkaitan dengan penggunaan teknologi kecerdasan artifisial berbentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma dan tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang dengan berbagai literatur dan tinjauan teoritis. Setidaknya dalam bagian ini peneliti ingin mengungkap dan mengeksplorasi dua permasalahan; *pertama*, apakah penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma yang berbasis teknologi artifisial ini mempunyai korelasi dengan tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang atau tidak, jika memang ada korelasi, seberapa kuat korelasi tersebut dan *kedua*, apakah penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma yang berbasis teknologi artifisial ini dapat mempengaruhi tingkat religiusitas penggunanya atau tidak, jika memang ada pengaruh, berapa besar nilai pengaruhnya dan kenapa penggunaan aplikasi tersebut dapat menimbulkan pengaruh terhadap tingkat religiusitas seseorang,

---

<sup>163</sup> Angelina Corahta br. Sinulingga, "Analisis Faktor Penggunaan Aplikasi Inventory Control System (Ics) Dengan Model Penerimaan Teknologi Yang Dimodifikasi Pada Ria Busana Chain Store," *Accounting and Business Information Systems Journal* 7, no. 4 (September 22, 2020), h. 5-6

Sebelumnya, dalam operasinalisasi variabel, peneliti telah merumuskan hipotesis kerja ( $H_a$ ) yang menyatakan bahwa variabel X (penggunaan teknologi kecerdasan artifisial berbentuk Muslim Pro dan Umma) mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang) dan hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan tidak adanya pengaruh antara variabel X (penggunaan teknologi kecerdasan artifisial berbentuk Muslim Pro dan Umma) terhadap variabel Y (tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang). Dari hipotesis tersebut, maka penelitian ini secara kuantitatif berusaha untuk menjawab apakah  $H_a$  diterima atau ditolak, begitu sebaliknya apakah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  diterima. Hasil ini nantinya digunakan untuk mengungkap permasalahan yang kedua.

Berdasarkan hasil pengolahan data statistik yang diperoleh, penggunaan teknologi kecerdasan artifisial berbentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma memiliki korelasi sedang dengan tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang. Hal tersebut dibuktikan dengan uji koefisien korelasi yang menunjukkan angka penggunaan aplikasi Muslim Pro sebesar 0,01 dan nilai *Pearson Correlation* pada variabel X dan variabel Y adalah 0,508. Karena angka 0,01 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05, maka hasil tersebut menunjukkan terdapat hubungan atau korelasi antara penggunaan aplikasi Muslim Pro terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang. Dan nilai *Pearson Correlation* 0,508 menunjukkan bahwa tingkat korelasi tersebut sedang.

Tidak jauh berbeda, untuk penggunaan aplikasi Umma juga memiliki korelasi sedang dengan tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang. Hal tersebut dibuktikan dengan uji koefisien korelasi yang menunjukkan angka penggunaan aplikasi Muslim Pro sebesar 0,01 dan nilai *Pearson Correlation* pada variabel X dan variabel Y adalah 0,503. Karena angka 0,01 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05, maka hasil tersebut menunjukkan terdapat hubungan atau korelasi antara penggunaan aplikasi Muslim Pro terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang. Dan nilai *Pearson Correlation* 0,503 menunjukkan bahwa tingkat korelasi tersebut sedang.

Dari uraian data statistik di atas, maka dapat dipahami beberapa hal; *pertama*, bahwa penggunaan teknologi kecerdasan artifisial, baik dalam bentuk aplikasi Muslim Pro atau Umma memiliki nilai korelasi yang hampir sama terhadap tingkat religiusitas penggunanya. Korelasi yang menunjukkan level sedang mengindikasikan bahwa intensitas penggunaan aplikasi cukup dapat membantu seseorang dalam meningkatkan performa religiusitasnya. Angka 0,503 atau 50,3% ini menunjukkan dua aspek ini memiliki hubungan yang cukup erat, *kedua*, dengan adanya korelasi ini menunjukkan bahwa peran teknologi kecerdasan artifisial dalam bentuk aplikasi ini cukup besar bagi tumbuh-kembangnya kesadaran terhadap dimensi-dimensi religiusitas seseorang, misalnya dimensi-dimensi yang dikemukakan oleh Glock and Stark, yaitu ideologi, ritual, eksperiensial, akhlak, dan pengetahuan.<sup>164</sup> Di samping itu juga, ada dimensi lain yang dapat dibangun ketika seseorang menggunakan teknologi, yaitu dimensi komunitas. Sebagaimana yang dinyatakan Verbit, bahwa tingkat religiusitas juga dapat diidentifikasi melalui intensitas seseorang bergabung dan aktif dalam sebuah komunitas sosial-keagamaan.<sup>165</sup>

Adapun dari uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi sederhana bentuk *Anova*, *Coefficients*, dan *Model Summary*, tabel *Anova* menunjukkan nilai kolom (sig)  $0,002 < 0,05$  yang berarti ada pengaruh variabel penggunaan aplikasi Muslim Pro terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang, adapun dari tabel *Coefficients* diperoleh data bahwa nilai konstanta 46,795 yang mengandung maksud nilai konsisten variabel Y (tingkat religiusitas) bernilai 46,795, sedangkan nilai koefisien regresi variabel X (penggunaan aplikasi Muslim Pro) 0,315. Artinya, bahwa setiap perubahan 1% variabel X, maka akan mempengaruhi nilai variabel Y sebesar 0,315. Dari hasil output uji *Coefficients* ini menunjukkan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Maka, sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji regresi sederhana, dinyatakan bahwa  $H_a$  diterima

---

<sup>164</sup> Stark, *American Piety: The Nature of Religious Commitment* dalam Saifuddin, *Psikologi Agama: Implementasi Psikologi Untuk Memahami Perilaku Agama*, h. 57

<sup>165</sup> M. F. Verbit, *The Components and Dimensions of Religious Behaviour: Toward a Reconceptualization of Religiosity* (New York: Random House, 1970), h. 58

dan  $H_0$  ditolak. Artinya, terdapat pengaruh pada penggunaan aplikasi Muslim Pro terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang. Sementara untuk mengetahui besaran nilai pengaruh tersebut dapat dilihat dari tabel hasil uji *Model Summary* yang menyatakan bahwa nilai hubungan (R) yaitu 0,422 dan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,178. Maka, hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan aplikasi Muslim Pro terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang sebesar 17,8% dan 82,2% dipengaruhi oleh variabel yang lain.

Hasil uji regresi linier pada penggunaan aplikasi Umma dan tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang juga menunjukkan data yang tidak jauh berbeda. Tabel *Anova* menunjukkan nilai kolom (sig)  $0,006 < 0,05$  yang berarti ada pengaruh variabel penggunaan aplikasi Umma terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang, dari tabel *Coefficients* diperoleh data bahwa nilai konstanta 36,229 yang mengandung maksud nilai konsisten variabel Y (tingkat religiusitas) bernilai 36,229, sedangkan nilai koefisien regresi variabel X (penggunaan aplikasi Muslim Pro) 0,315. Artinya, bahwa setiap perubahan 1% variabel X, maka akan mempengaruhi nilai variabel Y sebesar 0,434. Dari hasil output uji *Coefficients* ini menunjukkan nilai signifikansi  $0,006 < 0,05$ . Maka, sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji regresi sederhana, dinyatakan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya, terdapat pengaruh pada penggunaan aplikasi Umma terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang. Sementara untuk mengetahui besaran nilai pengaruh tersebut dapat dilihat dari tabel hasil uji *Model Summary* yang menyatakan bahwa nilai hubungan (R) yaitu 0,422 dan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,182. Maka, hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan aplikasi Muslim Pro terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang sebesar 18,2% dan 81,8% dipengaruhi oleh variabel yang lain.

Dari hasil uji regresi linier di atas, diperoleh keputusan bahwa hipotesis kerja ( $H_a$ ) dari penelitian ini diterima. Artinya, penggunaan teknologi kecerdasan artifisial dalam bentuk aplikasi Muslim Pro dan Umma benar-benar memiliki

pengaruh positif terhadap tingkat religiusitas seseorang. Hal tersebut menggambarkan bahwa semakin sering seseorang menggunakan aplikasi Muslim Pro dan Umma, maka semakin tinggi juga tingkat religiusitas seseorang. Begitu pula sebaliknya, semakin jarang bahkan tidak pernah menggunakan aplikasi tersebut, maka semakin rendah tingkat religiusitas seseorang. Hasil keputusan ini tentunya juga bisa diamati dari hasil rekapitulasi kuesioner yang menunjukkan bahwa 100 responden dari pengguna aplikasi Muslim Pro dan Umma yang telah diteliti menyatakan setuju terhadap beberapa pernyataan yang mengarah pada bukti tentang pentingnya peran aplikasi Muslim Pro dan Umma sebagai media pendukung dalam menunaikan ibadah masyarakat Muslim. Misalnya, pernyataan ‘Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu dengan aplikasi Muslim Pro’ mencapai nilai skala 81% yang berarti sangat setuju, kemudian ‘Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Muslim Pro’ mencapai nilai skala 66% yang berarti setuju, dan pernyataan ‘Saya merasa lebih mudah membaca al-Qur’an secara digital melalui aplikasi Muslim Pro daripada harus membawa al-Qur’an versi cetak’ mencapai nilai skala 61% yang berarti setuju, kemudian pernyataan dari pengguna aplikasi Umma, ‘Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu dengan aplikasi Umma’ mencapai nilai skala 84,5% yang berarti sangat setuju, ‘Saya lebih mudah mencari arah kiblat dengan aplikasi Umma’ mencapai nilai skala 86,5% yang berarti sangat setuju, ‘Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Umma’ mencapai nilai skala 69,5% yang berarti setuju, dan ‘Saya merasa lebih mudah membaca al-Qur’an secara digital melalui aplikasi Umma daripada harus membawa al-Qur’an versi cetak’ mencapai nilai skala 66,5% yang berarti setuju.

Hal tersebut juga didukung oleh hasil penelitian Hafizah Rosli dan Ruslan Abd Rahim dalam *A Study of The Malaysian Youth Perception Toward ‘Muslim Pro’ Apps Through Smart Phone in Malaysia Using Technology Acceptance Model (TAM)* yang menunjukkan bahwa dari beberapa subjek pemuda Malaysia yang diteliti, 40% mengatakan sangat setuju dengan aplikasi Muslim Pro sebagai aplikasi yang dapat meningkatkan performa religiusitas penggunanya dan 46,6%



menyatakan sangat setuju bahwa aplikasi Muslim Pro menyediakan fitur Al-Qur'an digital, pengingat waktu salat, arah kiblat, dan informasi tentang Islam yang semuanya dapat digunakan untuk meningkatkan religiusitas penggunanya.<sup>166</sup>

Dari hasil persentase di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan aplikasi baik Muslim Pro atau Umma berkorelasi dan mempunyai pengaruh terhadap performa religiusitas yang termuat dalam kriteria upaya mengingkat dan mendekatkan diri kepada Allah (*ideological dimension of religiosity*), melaksanakan salat tepat waktu (*ritual dimension of religiosity*), dan membaca Al-Qur'an setiap hari (*ritual and experiential dimension of religiosity*). Tentunya, analisis ini juga dapat dikonfirmasi dengan melihat rekapitulasi hasil kuesioner 100 responden pengguna aplikasi mengenai pengalaman religiusitasnya sehari-hari lalu disejajarkan dengan hasil rekapitulasi hasil kuesioner penggunaan aplikasi. Misalnya, pernyataan 'Selain Al-Qur'an yang dibaca Ketika anda melakukan salat, jika dirata-rata dalam seminggu terakhir, berapa kali anda membaca Al-Qur'an dalam satu hari?' mencapai nilai skala 58% yang berarti rata-rata para pengguna aplikasi Muslim Pro membaca al-Qur'an dua sampai tiga kali dalam sehari. Hasil dari skala ini menunjukkan bahwa intensitas mereka dalam membaca Al-Qur'an setiap harinya dapat dikatakan sedang, kemudian pernyataan 'Berapa kali anda melaksanakan salat setiap harinya? Mencapai nilai skala 96,8% yang berarti para pengguna aplikasi Muslim Pro melaksanakan salat lima kali sehari secara penuh. Hasil skala ini menunjukkan tingkatan level tinggi. Pernyataan 'Terdapat waktu tertentu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan salat 5 waktu, dan waktu yang paling baik untuk melaksanakan salat adalah pada saat awal waktu salat tersebut. Berapa kali dalam sehari anda melaksanakan salat tepat pada saat awal waktu salat?' mencapai nilai skala 73,6% yang berarti para responden melaksanakan salat tepat waktu dua sampai tiga kali sehari. Hasil dari skala ini juga menunjukan level sedang. Pernyataan 'Allah telah memerintahkan kita untuk senantiasa meminta

---

<sup>166</sup> Hafizah Rosli and Ruslan Abd Rahim, "A Study of the Malaysian Youth Perception toward 'Muslim Pro' Apps through Smart Phone in Malaysia Using Technology Acceptance Model (TAM) / Hafizah Rosli and Ruslan Abd Rahim" (2016), h. 39

kepada-Nya terkait berbagai macam hal, baik itu yang berhubungan dengan dunia ataupun akhirat, dan Allah pun berjanji akan mengabulkan apa yang kita minta pada-Nya. Kemudian Allah juga menyebutkan bahwasannya, barangsiapa yang lebih mengutamakan kepentingannya dibanding Allah, maka tempatnya adalah di neraka. Berapa kali dalam kehidupan sehari-hari anda menempatkan Allah sebagai yang utama dibandingkan kepentingan anda?’ mencapai nilai skala 86% yang berarti para pengguna aplikasi Muslim Pro sering mengingat Allah dan menempatkan Allah sebagai kepentingan yang utama. Hasil dari skala ini menunjukkan tingkatan level tinggi.

Sedangkan untuk pengguna aplikasi Umma, ‘Selain Al-Qur’an yang dibaca Ketika anda melakukan salat, jika dirata-rata dalam seminggu terakhir, berapa kali anda membaca Al-Qur’an dalam satu hari?’ mencapai nilai skala 57,4% yang berarti rata-rata para pengguna aplikasi Umma membaca al-Qur’an dua sampai tiga kali dalam sehari. Hasil dari skala ini menunjukkan bahwa intensitas mereka dalam membaca Al-Qur’an setiap harinya dapat dikatakan sedang. Pernyataan ‘Berapa kali anda melaksanakan salat setiap harinya?’ mencapai nilai skala 100% yang berarti para pengguna aplikasi Umma melaksanakan salat lima kali sehari secara penuh. Hasil skala ini menunjukkan level tinggi. Pernyataan ‘Terdapat waktu tertentu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan salat 5 waktu, dan waktu yang paling baik untuk melaksanakan salat adalah pada saat awal waktu salat tersebut. Berapa kali dalam sehari anda melaksanakan salat tepat pada saat awal waktu salat?’ mencapai nilai skala 73,2% yang berarti para responden melaksanakan salat tepat waktu dua sampai tiga kali sehari. Hasil dari skala ini juga menunjukan level sedang. Pernyataan ‘Allah telah memerintahkan kita untuk senantiasa meminta kepada-Nya terkait berbagai macam hal, baik itu yang berhubungan dengan dunia ataupun akhirat, dan Allah pun berjanji akan mengabulkan apa yang kita minta pada-Nya. Kemudian Allah juga menyebutkan bahwasannya, barangsiapa yang lebih mengutamakan kepentingannya dibanding Allah, maka tempatnya adalah di neraka. Berapa kali dalam kehidupan sehari-hari anda menempatkan Allah sebagai yang utama dibandingkan kepentingan anda?’ mencapai nilai skala 88,4% yang

berarti para pengguna aplikasi Umma sering mengingat Allah dan menempatkan Allah sebagai kepentingan yang utama. Hasil dari skala ini menunjukkan tingkatan level tinggi.

Dari beberapa pernyataan dari kuesioner penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma dan kuesioner tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang di atas, maka dapat dibuat persamaannya sebagai berikut:

**Tabel 21.1**  
**Persamaan Tingkat Korelasi Antara Peran Aplikasi Muslim Pro dan Pengalaman Religiusitas Para Pengguna Pada Aspek *Ideological Dimension*, *Ritual Dimension*, dan *Experiential Dimension*.**

<b>Dimensi Religiusitas</b>	<b>Peran Aplikasi Muslim Pro</b>	<b>Nilai Skala</b>	<b>Pengalaman Religiusitas Para Pengguna</b>	
<i>Ideological Dimension</i>	Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Muslim Pro	66% - Sedang	Berapa kali dalam kehidupan sehari-hari anda menempatkan Allah sebagai yang utama dibandingkan kepentingan anda?	86% - Tinggi
<i>Ritual Dimension</i>	Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu dengan aplikasi Muslim Pro	81% - Tinggi	Berapa kali anda melaksanakan salat setiap harinya?	98% - Tinggi
<i>Experiential Dimension</i>	‘Saya merasa lebih mudah membaca al-Qur’an secara digital melalui aplikasi Muslim Pro daripada harus membawa al-Qur’an versi cetak	61% - Sedang	‘Berapa kali anda membaca Al-Qur’an dalam satu hari?’ mencapai nilai skala	58% - Sedang

**Tabel 21.2**  
**Persamaan Tingkat Korelasi Antara Peran Aplikasi Muslim Pro dan Pengalaman Religiusitas Para Pengguna Pada Aspek *Ideological Dimension*, *Ritual Dimension*, dan *Experiential Dimension*.**

<b>Dimensi Religiusitas</b>	<b>Peran Aplikasi Umma</b>	<b>Nilai Skala</b>	<b>Pengalaman Religiusitas Para Pengguna</b>	
<i>Ideological Dimension</i>	Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Umma	69,5% - Sedang	Berapa kali dalam kehidupan sehari-hari anda menempatkan Allah sebagai yang utama dibandingkan kepentingan anda?	88,4% % - Tinggi
<i>Ritual Dimension</i>	Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu dengan aplikasi Umma	84,5% - Tinggi	Berapa kali anda melaksanakan salat setiap harinya?	100% - Tinggi
<i>Experiential Dimension</i>	‘Saya merasa lebih mudah membaca al-Qur’an secara digital melalui aplikasi Umma daripada harus membawa al-Qur’an versi cetak	66,5% - Sedang	‘Berapa kali anda membaca Al-Qur’an dalam satu hari?’ mencapai nilai skala	57,4% % - Sedang

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa korelasi antara peran aplikasi dengan tingkat pengalaman religiusitas pengguna di setiap dimensinya dapat dikatakan berkorelasi sejajar atau dalam garis lurus. Jika level intensitas penggunaan aplikasi sedang, maka tingkat pengalaman religiusitasnya juga sedang, jika level intensitas penggunaannya tinggi, maka tingkat pengalaman religiusitasnya juga tinggi, begitu seterusnya.

Meski demikian, penggunaan aplikasi ini hanya sebagai alternatif yang menjadi preferensi dalam beribadah, karena hasil statistiknya menunjukkan bahwa nilai pengaruhnya hanya sebesar 17,8% untuk aplikasi Muslim Pro dan 18,2% untuk aplikasi Umma. Ada 82,2% dan 81,8% dari variabel lain yang dapat

mempengaruhi tingkat religiusitas seseorang, seperti variabel kepribadian, kondisi kejiwaan, lingkungan keluarga dan lingkungan sosial. Sebagaimana Rahmat mengkategorisasikan faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas menjadi dua faktor utama; faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi faktor heriditas (kognitif, afektif, konatif), tingkat usia, kepribadian, dan kondisi kejiwaan dan faktor eksternal yang meliputi lingkungan keluarga, lingkungan institusional, dan lingkungan masyarakat.<sup>167</sup> Sejalan dengan Rahmat, Robert H. Thoules secara tipologik mengemukakan bahwa faktor-faktor potensial yang dapat mempengaruhi religiusitas, antara lain; pengaruh sosial, pengaruh pengalaman, kebutuhan dan proses pemikiran.<sup>168</sup> Perlu menjadi catatan tersendiri bahwa dari penelusuran literatur, peneliti tidak menemukan adanya kategori faktor teknologi sebagai sebab yang mempengaruhi religiusitas seseorang. Sehingga dari hasil penelitian ini, teknologi dapat dimasukkan ke dalam faktor eksternal sebagai salah satu dari sekian faktor determinasi yang mempengaruhi tingkat religiusitas seseorang.

Lalu kemudian pertanyaan yang muncul selanjutnya adalah kenapa teknologi dapat mempengaruhi perfoma religiusitas seseorang? Hal tersebut bisa terjadi dengan alasan karena teknologi pada dasarnya merupakan sistem yang dibangun untuk menciptakan kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan dalam melakukan pekerjaan atau aktivitas tertentu. Pemahaman ini bersifat universal berlaku untuk berbagai bidang kehidupan termasuk di dalamnya bidang keagamaan. Berteknologi adalah salah satu cara beragama yang secara praktis dapat memudahkan penganutnya untuk meningkatkan perfoma religisuitas di era modern. Jhon Naisbitt menggambarkan situasi ini dengan masuknya satu gejala yang disebut Gejala Zona Mabuk Teknologi, di mana masyarakat secara keseluruhan saat ini tidak bisa lepas dari pemanfaatan teknologi.<sup>169</sup> Lebih lanjut,

---

<sup>167</sup> Jalaludin Rahmat, *Psikologi Agama: Tingkah Laku Agama Yang Menyimpang* (Palembang: IAIN Raden Fatah Press, 2014), h. 297-287

<sup>168</sup> Thoules, *Marriage and The Family*.

<sup>169</sup> Abd Aziz, "Religiusitas Masyarkat Urban Di Era Digital (The Religiousity of Urban Communities in the Digital Era)," in *Conference: International Conference Departement Communication* (Surabaya: Universitas Airlangga, 2018), h. 1

Jhon Naisbitt mengemukakan bahwa ada enam karakteristik yang termasuk Gejala Zona Mabuk Teknologi, antara lain: 1) lebih menyukai penyelesaian masalah secara cepat, dari masalah agama sampai gizi, 2) takut sekaligus memuja teknologi, 3) mengaburkan perbedaan antara yang nyata dengan semu, 4) menerima kekerasan sebagai sesuatu yang wajar, 5) mencintai teknologi dalam wujud mainan, dan 6) menjalin kehidupan yang berjarak dan terenggut.<sup>170</sup>

---

<sup>170</sup> John Naisbitt, *High Tech High Touch* (Bandung: Mizan, 2002), h. 23-24

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Teknologi kecerdasan artifisial di era revolusi industri 4.0 memainkan peranan yang begitu penting bagi aksesibilitas dan fleksibilitas manusia dalam melakukan berbagai aktivitas. Sebagai mesin cerdas yang mampu melakukan pekerjaan layaknya manusia, teknologi kecerdasan artifisial tidak hanya dapat diimplementasikan dalam bidang inovasi produksi manufaktur, pendidikan, ekonomi dan lainnya, melainkan juga dapat dioptimalkan dalam mendukung praktik keberagaman individu. Proses implementasinya berlangsung melalui pengembangan aplikasi ibadah yang dirancang secara khusus untuk memenuhi kebutuhan berbagai aktivitas yang dapat meningkatkan religiusitas dengan berbagai dimensinya. Seperti apa yang telah dikembangkan dalam aplikasi Muslim Pro dan Umma. Kedua aplikasi ini telah dibekali sejumlah fitur teknologi kecerdasan artifisial yang mampu menghadirkan sejumlah kemudahan bagi para Muslim, termasuk Muslim milenial yang ada di Kota Malang.

Dalam upaya untuk mengungkap sejauh mana penggunaan aplikasi tersebut dan pengaruhnya terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial di Kota Malang, penelitian ini menghasilkan temuan data yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Muslim Pro dan Umma didasarkan pada beberapa motif perilaku individu dan membentuk urutan prioritas, antara lain: *pertama*, motif teogenetis (*theological motive*) dengan tabulasi data skor 81% untuk Muslim Pro dan 84% untuk Umma, *kedua*, motif mencari informasi (*information seeking motive*) dengan tabulasi data skor 62,5% untuk Muslim Pro dan 72,5% untuk Umma, *ketiga*, motif identitas personal (*personal identity motive*) dengan tabulasi data skor 61% untuk Muslim Pro dan 66,5% untuk Umma, dan *keempat*, motif interaksi sosial (*interpersonal utility motive*) dengan tabulasi data skor 41,5% untuk Muslim Pro dan 48% untuk Umma. Adapun penggunaannya mengarah pada beberapa model implementasi, antara lain: model implementasi sebagai media

alternatif untuk meningkatkan aspek teologi (*the theological dimension improvement*), model implementasi untuk meningkatkan dimensi pengalaman religius (*the experiential dimension improvement*), model implementasi untuk meningkatkan dimensi pengetahuan (*the dimension of knowledge improvement*), model implementasi untuk meningkatkan dimensi keterlibatan dalam komunitas keagamaan (*the dimension of community improvement*). Sedangkan untuk pengaruh, kedua aplikasi yang berbasis teknologi kecerdasan artifisial tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang sedang terhadap tingkat religiusitas Muslim milenial Kota Malang dengan nilai determinasi (*R Square*) aplikasi Muslim Pro sebesar 0,178 atau 17,8% dan (*R Square*) aplikasi Umma sebesar 0,182 atau 18,2%. Pengaruh tersebut dapat digambarkan dalam tingkat korelasi antara peran aplikasi Muslim Pro dan Umma dan pengalaman religiusitas para pengguna pada aspek *ideological dimension* yang mempunyai nilai skala 67,5% pada penggunaan aplikasi dan skala 87% pada pengalaman religiusitas dalam konteks mendekatkan diri kepada Allah, *ritual dimension* yang mempunyai nilai skala 82,5% pada penggunaan aplikasi dan skala 99% pada pengalaman religiusitas dalam konteks ritual sehari-hari kepada Allah, dan *experiential dimension* yang mempunyai nilai skala 63,5% pada penggunaan aplikasi dan skala 57,5% pada pengalaman religiusitas dalam konteks menjadi hamba yang taat kepada Allah.

## 6.2 Saran

Penelitian tentang teknologi, baik teknologi secara umum ataupun secara spesifik seperti teknologi kecerdasan artifisial dalam korelasinya dengan agama atau religiusitas yang menggunakan metode penelitian kuantitatif masih belum banyak dilakukan oleh sejumlah akademisi dari berbagai bidang, terutama bidang Studi Ilmu Agama Islam. Rata-rata penelitian masih dalam ranah kajian literatur kepustakaan dengan metode penelitian kualitatif yang menitikberatkan pada aspek hukum dan pemikiran tokoh. Hal ini menjadikan penelitian dengan metode kombinasi (*mixed method*) perlu untuk dikembangkan dalam rangka untuk memperoleh wawasan dan pengetahuan yang komprehensif tentang fenomena-



fenomena keberagaman yang saat ini sedang terjadi. Dengan metode kuantitatif, penelitian yang dilakukan diharapkan dapat mengungkap korelasi Islam dengan beberapa hal, seperti teknologi, psikologi, ekonomi, dan sebagainya. Hal ini juga diperlukan untuk tujuan teoritis-implementatif. Artinya, penelitian yang dilakukan tidak hanya berupaya memberikan analisis dengan mengacu sejumlah teori atau tinjauan pustaka, melainkan juga bisa memberi pengetahuan tentang realita pemahaman dan penghayatan masyarakat terhadap Islam itu sendiri.

Penelitian tentang teknologi kecerdasan artifisial dan religiusitas: motif, model implementasi, dan pengaruh (studi terhadap komunitas muslim milenial kota malang) ini tentunya masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Di antara kekurangan tersebut adalah keterbatasan peneliti dalam mengakses responden atau subjek penelitian yang menggunakan aplikasi Muslim Pro dan Umma, keterbatasan peneliti dalam mengakses referensi secara luring akibat masa pandemi Covid-19 yang belum selesai, kesulitan peneliti dalam melakukan bimbingan dengan para ahli, dan sebagainya. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik, saran, dan masukan dari pembaca agar nantinya dapat dilakukan pengembangan dan perbaikan lebih lanjut.

## DAFTAR LAMPIRAN

### 1. Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**  
**PASCASARJANA**

Jalan Ir. Sockarno No. 34 Batu 65323, Telepon & Faksimile (0341) 531133  
Website: <http://pasca.uin-malang.ac.id>, Email: [pps@uin-malang.ac.id](mailto:pps@uin-malang.ac.id)

Nomor : B-084/Ps/HM.01/05/2021  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

28 Mei 2021

Kepada  
Yth. **Ketua Hijrah United**

di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi, maka dengan ini mohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberi ijin kepada mahasiswa di bawah ini melakukan penelitian pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin:

Nama : M. Firdaus Imaduddin  
NIM : 19750005  
Program Studi : Magister Studi Ilmu Agama Islam  
Dosen Pembimbing : 1. Prof. Dr. Suhartono, M.Kom  
2. Prof. Dr. H. Roibin, M.HI  
Judul Tesis : Teknologi Kecerdasan Artifisial dan Religiusitas: Model Implementasi, Motif, dan Pengaruh (Studi Terhadap Komunitas Muslim Milenial Kota Malang)

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Direktur,  
  
Umi Sumbulah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**  
**PASCASARJANA**

Jalan Ir. Soekarno No. 34 Batu 65323, Telepon & Faksimile (0341) 531133  
Website: <http://pasca.uin-malang.ac.id>, Email: [pps@uin-malang.ac.id](mailto:pps@uin-malang.ac.id)

Nomor : B-084/Ps/HM.01/05/2021  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

28 Mei 2021

Kepada  
Yth. **Ketua Yuk Ngaji Malang**

di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi, maka dengan ini mohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberi ijin kepada mahasiswa di bawah ini melakukan penelitian pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin:

Nama : M. Firdaus Imaduddin  
NIM : 19750005  
Program Studi : Magister Studi Ilmu Agama Islam  
Dosen Pembimbing : 1. Prof. Dr. Suhartono, M.Kom  
2. Prof. Dr. H. Roibin, M.HI  
Judul Tesis : Teknologi Kecerdasan Artifisial dan Religiusitas: Model Implementasi, Motif, dan Pengaruh  
(Studi Terhadap Komunitas Muslim Milenial Kota Malang)

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

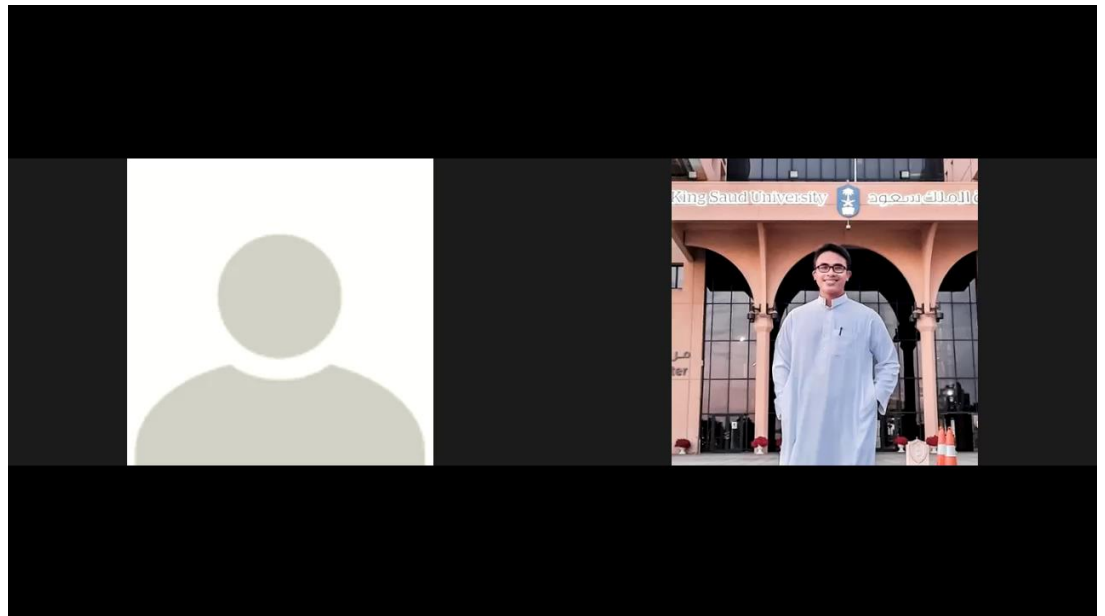
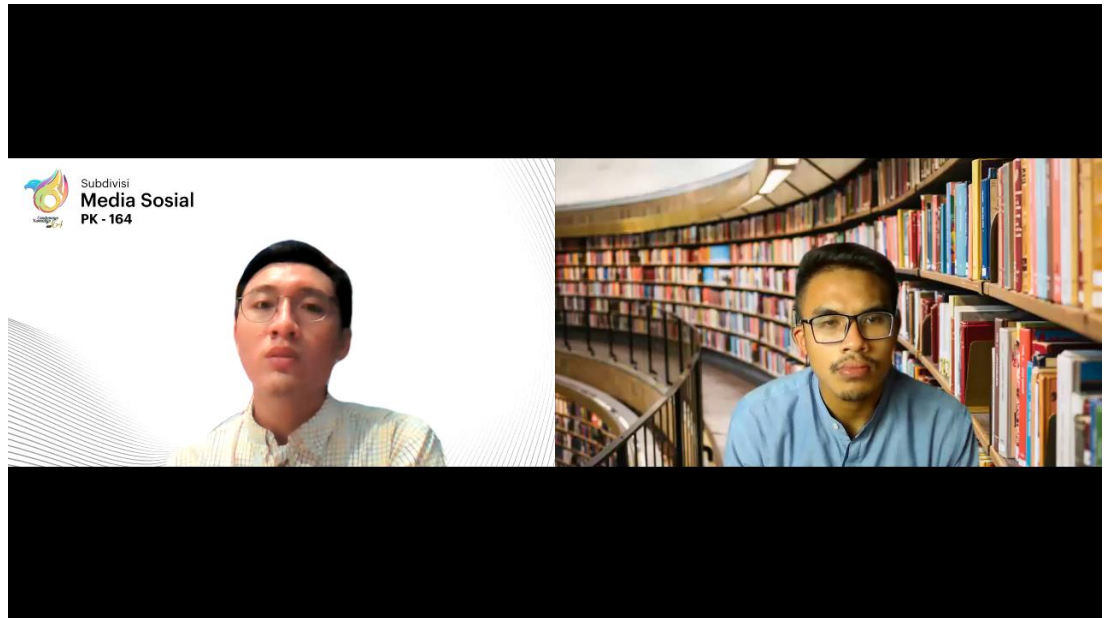
*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

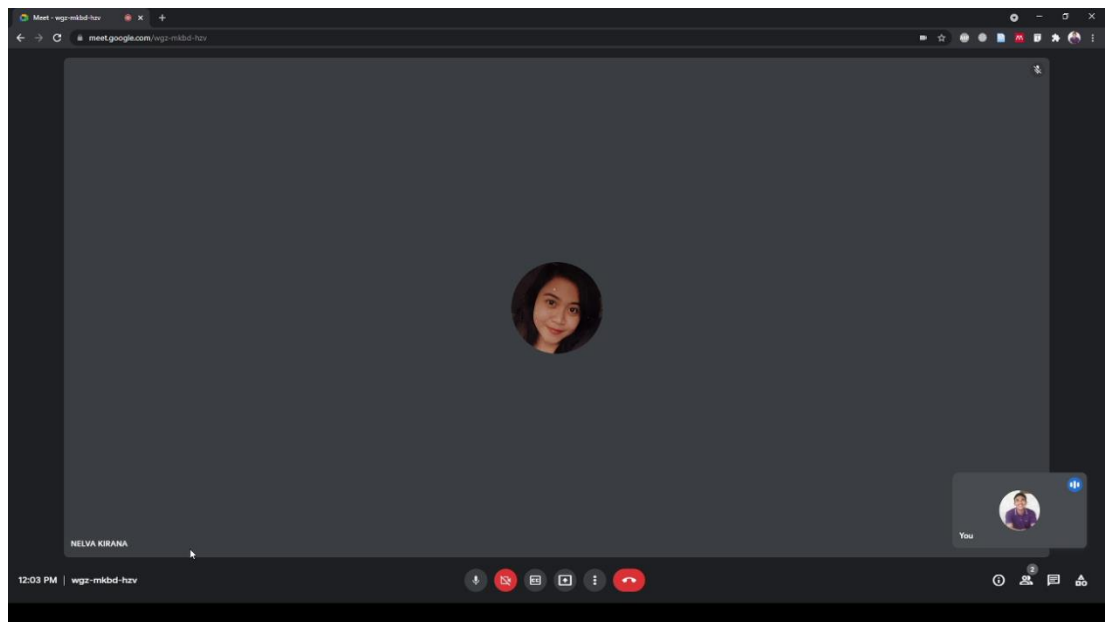
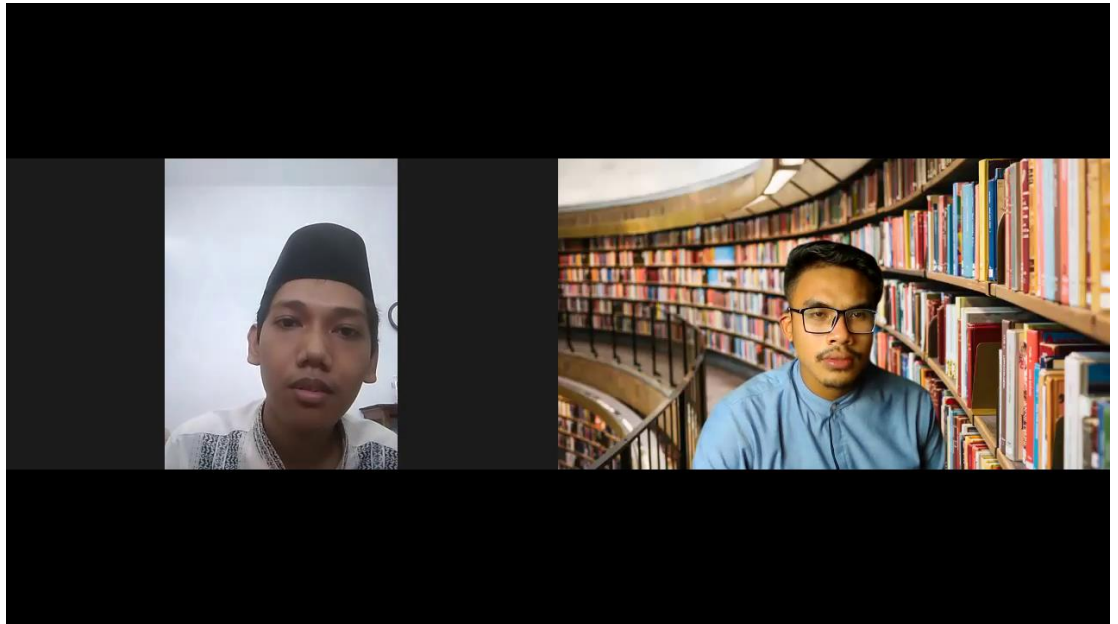


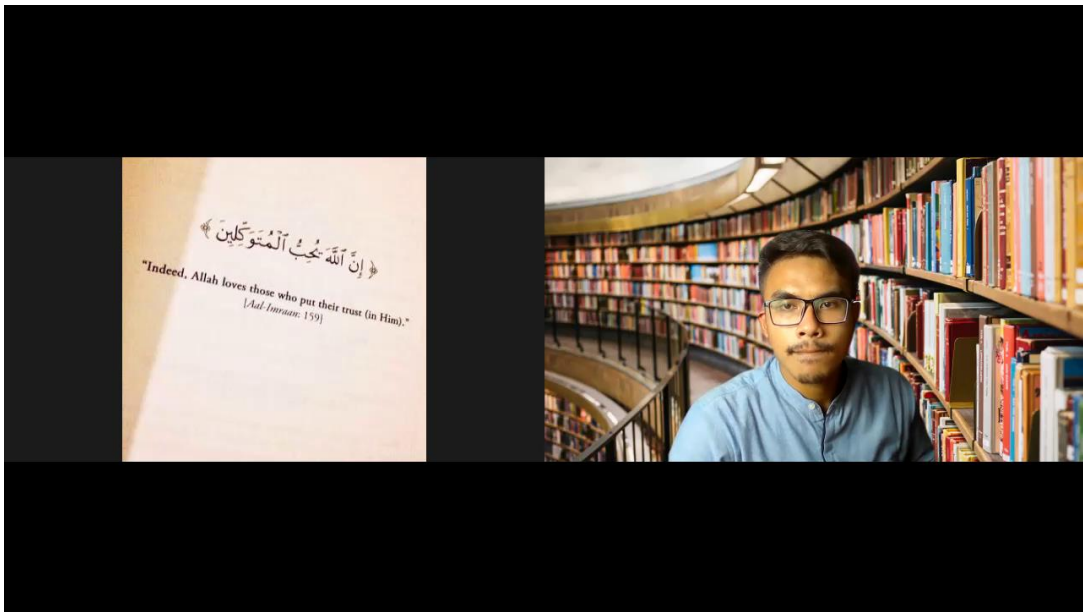
Direktur,

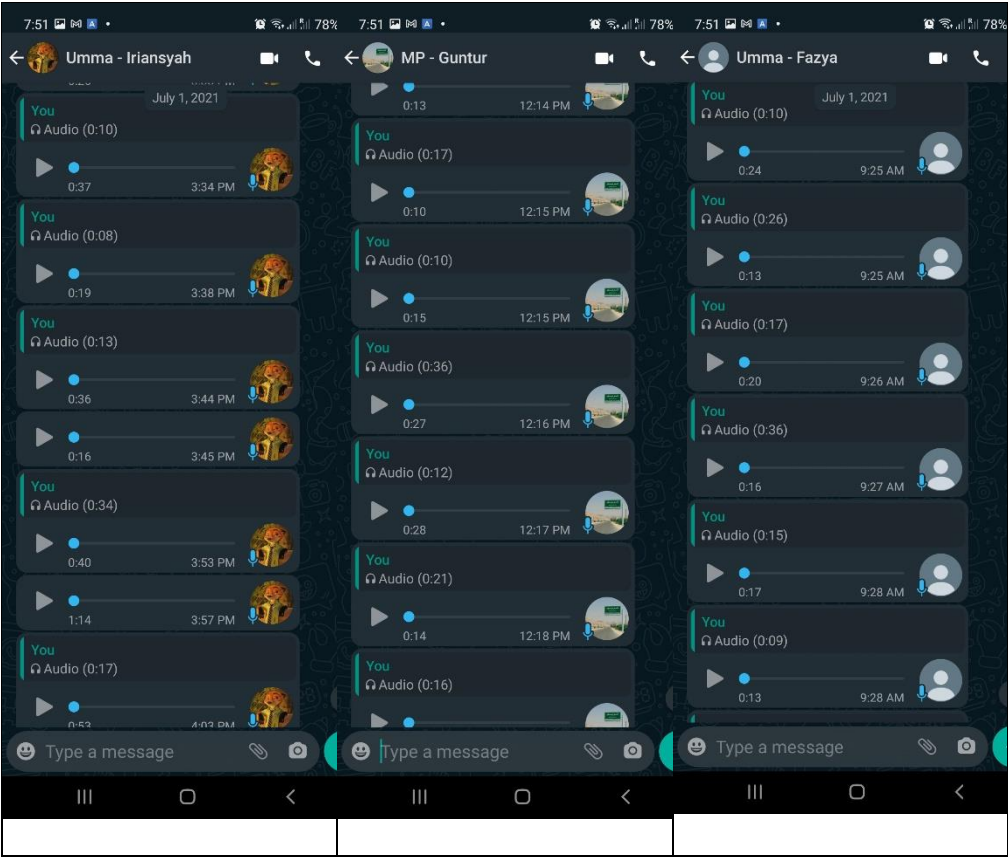
Umi Sumbulah

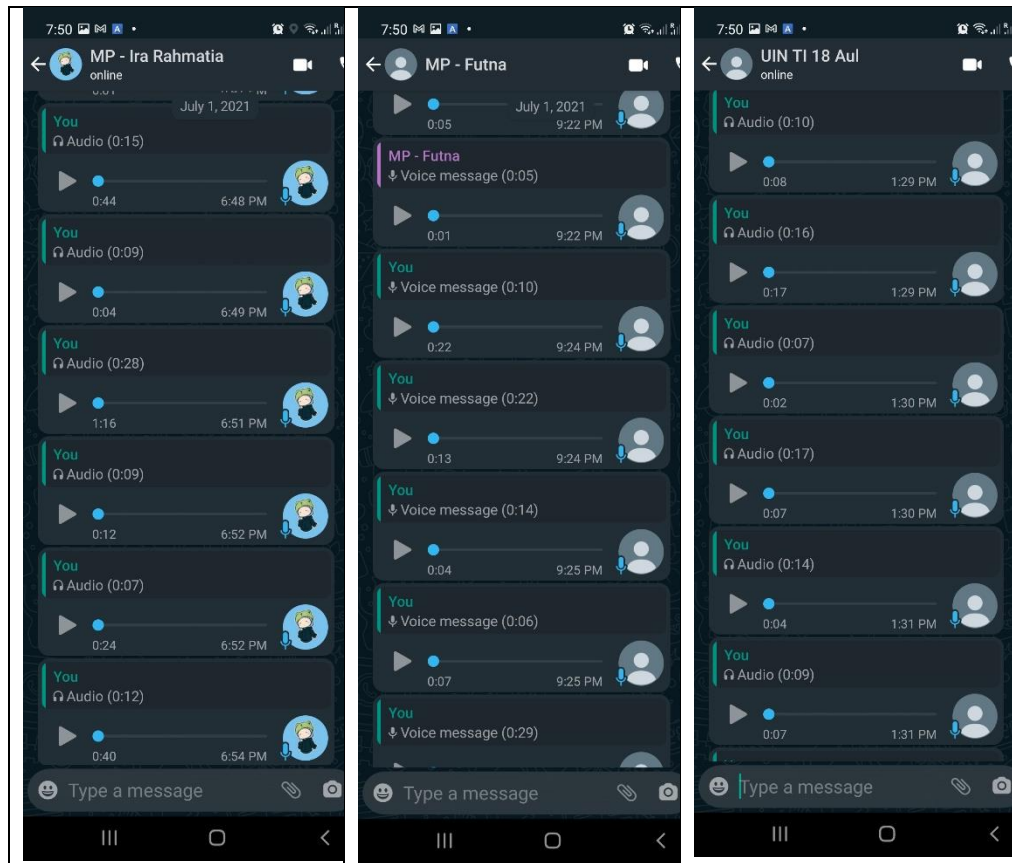
## 2. Kegiatan Wawancara











### 3. Surat Permohonan Pengisian Kuesioner





KEMENTERIAN AGAMA  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**  
Jalan Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 551354, Faksimile (0341) 572553  
Website: <http://www.uin-malang.ac.id> Email: [info@uin-malang.ac.id](mailto:info@uin-malang.ac.id)

---

**Kuisisioner Pengaruh Penggunaan Aplikasi Muslim Pro dan Umma Berbasis Teknologi Kecerdasan Artifisial terhadap Religiusitas (Studi Terhadap Komunitas Muslim Milenial Kota Malang)**

*Assalamu'alikum Wr. Wb.*

Yang terhormat,  
Bapak/Ibu/Saudara  
Di Tempat

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang dengan rahmat dan hidayah-Nya kita semua masih diberi kesehatan dan perlindungan hingga saat ini.

Sebelumnya, perkenalkan saya M. Firdaus Imaduddin, mahasiswa magister Studi Ilmu Agama Islam Pascasarjana angkatan 2019, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Saya bermaksud ingin mengadakan penelitian yang fokus utamanya adalah untuk menggali data tentang pengaruh **Aplikasi Muslim Pro dan Umma Berbasis Teknologi Kecerdasan Artifisial terhadap Religiusitas Masyarakat Kota Malang** dengan melakukan beberapa survei melalui pertanyaan kuisisioner. Survei ini dilakukan dalam rangka untuk mengetahui tingkat pengaruh penggunaan aplikasi tersebut sebagai alternatif pendukung dalam melaksanakan ibadah dan meningkatkan aspek religiusitas individu. Secara umum, kuisisioner ini terdiri dari empat macam; kuisisioner pertama tentang penggunaan aplikasi Muslim Pro, kuisisioner kedua tentang penggunaan aplikasi Umma, kuisisioner ketiga tentang penilaian aspek-aspek religiusitas untuk pengguna, dan kuisisioner keempat tentang penilaian aspek-aspek religiusitas untuk bukan pengguna.

Besar harapan kami, jika Bapak/Ibu/saudara berkenan untuk mengisi kuisisioner secara online melalui tautan yang saya sertakan di lampiran. Jawaban Anda akan dijamin kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian dan pengembangan aplikasi. Kami mengucapkan banyak terima kasih atas kesediaannya untuk mengisi kuisisioner tersebut. Semoga partisipasi Bapak/Ibu/Saudara membawa berkah dan dampak positif bagi kebaikan kita semua. Amin

*Wassalamu'alikum Wr. Wb.*

Hormat Saya,

**M. Firdaus Imaduddin**



KEMENTERIAN AGAMA  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**  
Jalan Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 551354, Faksimile (0341) 572553  
Website: <http://www.uin-malang.ac.id> Email: [info@uin-malang.ac.id](mailto:info@uin-malang.ac.id)

---

## Lampiran 1

### Tautan Kuisioner

Catatan:

1. Untuk kuisioner pertama dan kedua bersifat pilihan, artinya menyesuaikan dengan para penggunanya. Misalkan, jika pengguna menggunakan aplikasi Muslim Pro, maka kuisioner yang perlu diisi hanya kuisioner yang pertama, dan begitupula sebaliknya. Tetapi, jika pengguna menggunakan kedua aplikasi secara bersamaan, maka boleh untuk mengisi kedua-duanya.
2. Bagi pengguna Muslim Pro atau Umma atau keduanya, setelah mengisi kuisioner pertama atau kedua, bisa melanjutkan mengisi kuisioner ketiga dan tidak perlu mengisi kuisioner keempat.
3. Untuk yang tidak menggunakan aplikasi, bisa langsung mengisi kuisioner yang keempat.

#### Tautan Kuisioner 1 (Penggunaan Aplikasi Muslim Pro):

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSctHPVVyLYhz9zE3oyJeugi7P01DJzYMXeg3WWjWbYYxpeZow/viewform>

#### Tautan Kuisioner 2 (Penggunaan Aplikasi Umma):

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSefl0DNrpXuGQzOE5ow1BLCOXyJmD7WVSHvT\\_7vRDjrBKamAg/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSefl0DNrpXuGQzOE5ow1BLCOXyJmD7WVSHvT_7vRDjrBKamAg/viewform)

#### Tautan Kuisioner 3 (Penilaian Aspek Religiusitas - Pengguna):

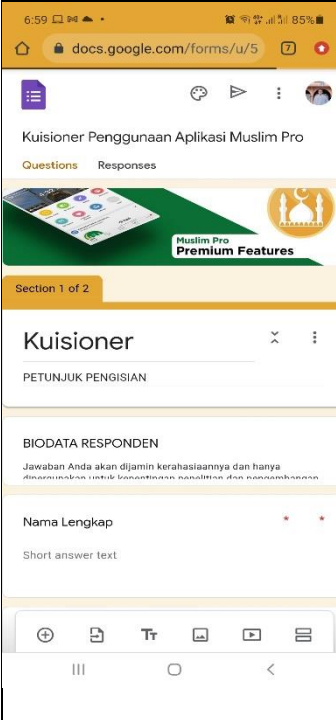
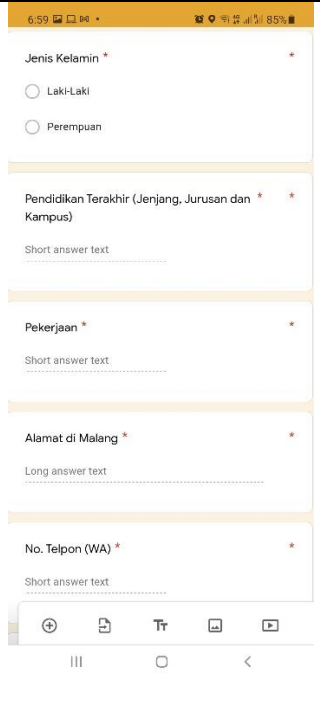
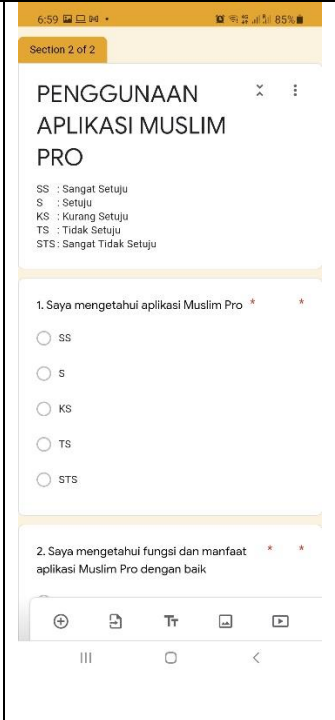
[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfY5SIYj0ITVVPY-4P8\\_WazER\\_aDjyLEpTcDGjHVFA-2xLB6A/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfY5SIYj0ITVVPY-4P8_WazER_aDjyLEpTcDGjHVFA-2xLB6A/viewform)

#### Tautan Kuisioner 4 (Penilaian Aspek Religiusitas – Bukan Pengguna):

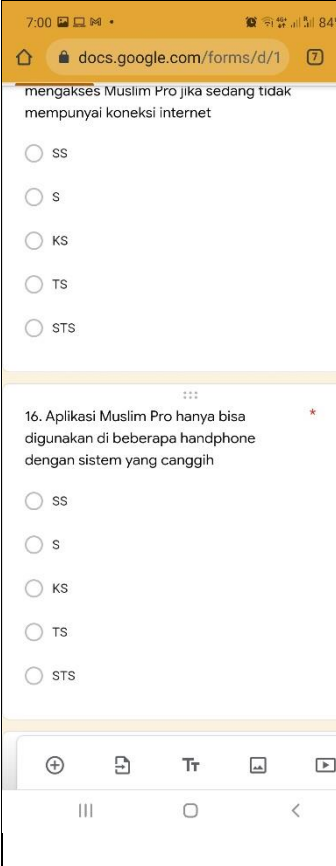
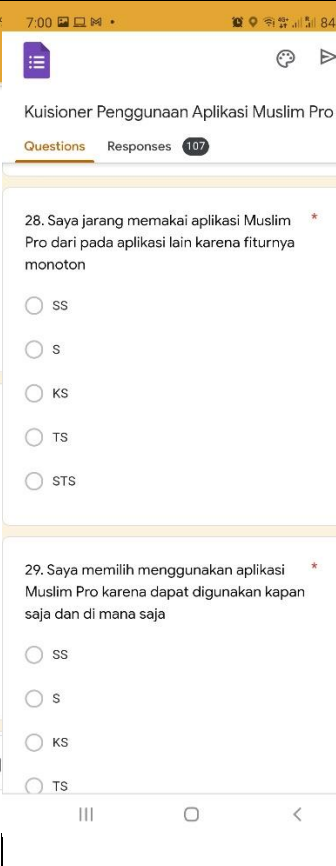
[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfkyfb6kGOuGXxdVv5\\_ViWcPhGJIL\\_vd8VI8kyf6b-Fo0kGIw/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfkyfb6kGOuGXxdVv5_ViWcPhGJIL_vd8VI8kyf6b-Fo0kGIw/viewform)




4. Kuesioner Penelitian

1. Kuesioner Penggunaan Aplikasi Muslim Pro		
		

<p>7:00 84%</p> <p>3. Saya tidak terlalu mengetahui siapa pengembang aplikasi Muslim Pro * *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>	<p>7:00 84%</p> <p>6. Saya seringkali bangun malam untuk salat Tahajjud selepas mengunduh aplikasi Muslim Pro * *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>	<p>7:00 84%</p> <p>10. Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Muslim Pro * *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>
<p>4. Saya tidak terlalu mengetahui kapan aplikasi Muslim Pro dibuat * *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>	<p>7. Saya meyakini bahwa aplikasi Muslim Pro dapat digunakan dengan praktis * *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>	<p>11. Aplikasi Muslim Pro tidak terlalu menjadikan saya lebih baik dalam bersikap dan bertingkah laku * *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>
<p>5. Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima tepat waktu * *</p> <p>III □ &lt;</p>	<p>8. Aplikasi Muslim Pro menjadikan saya * *</p> <p>III □ &lt;</p>	<p>9. Aplikasi Muslim Pro menjadikan saya * *</p> <p>III □ &lt;</p>

		
2. Kuesioner Penggunaan Aplikasi Umma		

<p>7:00 docs.google.com/forms/u/5</p> <p>Kuisiioner Penggunaan Aplikasi Umma</p> <p>Questions Responses</p>  <p>Section 1 of 2</p> <p><b>Kuisiioner</b></p> <p>PETUNJUK PENGISIAN</p> <p><b>BIODATA RESPONDEN</b></p> <p>Jawaban Anda akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk penelitian penelitian dan pengembangan</p> <p><b>Nama Lengkap</b></p> <p>Short answer text</p> <p><b>Komunitas Yang Dikuti</b></p>	<p>7:01 docs.google.com/forms/u/5</p> <p>Kuisiioner Penggunaan Aplikasi Umma</p> <p>Questions Responses</p> <p><b>Jenis Kelamin</b></p> <p><input type="radio"/> Laki-Laki</p> <p><input type="radio"/> Perempuan</p> <p><b>Pendidikan Terakhir (Jenjang, Jurusan dan</b></p> <p>Short answer text</p> <p><b>Pekerjaan</b></p> <p>Short answer text</p> <p><b>Alamat di Malang</b></p> <p>Long answer text</p>	<p>7:01 docs.google.com/forms/d/1</p> <p>Kuisiioner Penggunaan Aplikasi Umma</p> <p>Questions Responses 63</p> <p><b>Jenis Kelamin</b></p> <p><input type="radio"/> Laki-Laki</p> <p><input type="radio"/> Perempuan</p> <p><b>Pendidikan Terakhir (Jenjang, Jurusan dan</b></p> <p>Kampus)</p> <p>Short answer text</p> <p><b>Pekerjaan</b></p> <p>Short answer text</p> <p><b>Alamat di Malang</b></p> <p>Long answer text</p>
<p>3. Kuesioner Penilaian Religiusitas Muslim Milenial Kota Malang</p>		

Kuisisioner Penggunaan Aplikasi Umma		
Questions	Responses	53
Section 2 of 2		
<h2>PENGUNAAN APLIKASI UMMA</h2> <p>SS : Sangat Setuju S : Setuju KS : Kurang Setuju TS : Tidak Setuju STS : Sangat Tidak Setuju</p>		
<p>1. Saya mengetahui aplikasi Umma *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>	<p>3. Saya tidak terlalu mengetahui siapa pengembang aplikasi Umma *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>	<p>6. Saya seringkali bangun malam untuk salat Tahajjud selepas mengunduh aplikasi Umma *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>
<p>2. Saya mengetahui fungsi dan manfaat aplikasi Umma dengan baik *</p> <p><input type="radio"/> SS</p>	<p>4. Saya tidak terlalu mengetahui kapan aplikasi Umma dibuat *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>	<p>7. Aplikasi Umma tidak terlalu membuat saya lebih rajin salat lima waktu *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>
<p>5. Saya merasa terbantu dalam menjalankan ibadah salat lima waktu *</p>	<p>8. Aplikasi Umma menjadikan saya sulit *</p>	



<p>7:02 84%</p> <p>9. Saya lebih mudah mencari arah kiblat dengan aplikasi Umma *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>	<p>7:02 84%</p> <p>18. Saya lebih senang menggunakan aplikasi Umma karena tampilannya modern *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>	<p>7:02 84%</p> <p>27. Dengan menggunakan fitur live streaming dan Q&amp;A untuk belajar seputar agama Islam dengan para ustadz dan narasumber lainnya, saya jadi sering berbuat baik kepada sesama *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>
<p>10. Saya lebih mudah mendekatkan diri kepada Allah melalui aplikasi Umma *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>	<p>19. Saya jarang membuka aplikasi Umma karena saya tidak terlalu suka dengan tampilannya *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>	<p>28. Saya jarang memakai aplikasi Umma dari pada aplikasi lain karena fiturnya monoton *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p>
<p>11. Aplikasi Umma tidak terlalu menjadikan saya lebih baik dalam bersikap dan *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> KS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>		

<p>7:02 docs.google.com/forms/d/1</p>	<p>7:03 docs.google.com/forms/d/1</p>	<p>7:03 docs.google.com/forms/d/1</p>
<p>(Pengguna) Penilaian Aspek Religiusitas Ma...</p>	<p>(Pengguna) Penilaian Aspek Religiusitas Ma...</p>	<p>Section 2 of 3</p>
<p>Questions Responses (131)</p>	<p>Questions Responses (131)</p>	<p>Penilaian Religiusitas</p>
<p>Section 1 of 3</p> <h3>Penilaian Aspek Religiusitas Masyarakat Kota Malang (Pengguna Aplikasi)</h3> <p>Form description</p>	<p>Jenis Kelamin *</p> <p><input type="radio"/> Laki-Laki</p> <p><input type="radio"/> Perempuan</p>	<p>Bagian 2: INSTRUKSI: Silahkan jawab pertanyaan di bawah ini dengan angka terkait berapa kali anda melakukan atau terlibat dalam bentuk perilaku yang ada dalam pernyataan di bawah ini dengan menggunakan petunjuk sebagai berikut:</p>
<p><b>BIODATA</b></p> <p>Jawaban Anda akan dijamin kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian dan pengembangan aplikasi. Kami mengucapkan banyak terima kasih atas kesediaannya untuk mengisi kuisioner tersebut. Semoga partisipasi Bapak/Ibu/Saudara membawa berkah dan dampak positif bagi kebaikan kita semua. Amin</p>	<p>Pendidikan Terakhir (Jenjang, Jurusan, dan * Kampus)</p> <p>Short answer text</p>	<p>1. Selain Al-Qur'an yang dibaca ketika anda melakukan salat, jika dirata-rata dalam seminggu terakhir, berapa kali anda membaca Al-Qur'an dalam satu hari?</p> <p><input type="radio"/> a. Saya tidak bisa membaca Al-Qur'an</p> <p><input type="radio"/> b. Saya bisa membaca Al-Qur'an tetapi belakangan</p> <p><input type="radio"/> c. Saya membaca Al-Qur'an setiap hari</p> <p><input type="radio"/> d. Saya membaca Al-Qur'an dan terjemahannya, se</p>
<p>Nama Lengkap *</p> <p>Short answer text</p>	<p>Pekerjaan *</p> <p>Short answer text</p>	<p>2. Berapa kali anda melaksanakan salat setiap harinya?</p> <p><input type="radio"/> 0</p>
<p>III O &lt;</p>	<p>III O &lt;</p>	<p>III O &lt;</p>

<p>3. Terdapat waktu tertentu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan salat 5 waktu, dan waktu yang paling baik untuk melaksanakan salat adalah pada saat awal waktu salat tersebut. Berapa kali dalam sehari anda melaksanakan salat tepat pada saat awal waktu salat?</p> <p><input type="radio"/> 0</p> <p><input type="radio"/> 1</p> <p><input type="radio"/> 2</p> <p><input type="radio"/> 3</p> <p><input type="radio"/> 4</p> <p><input type="radio"/> 5</p>	<p>5. Terdapat istilah Nawafil atau salat sebelum dan sesudah salat 5 waktu, yang sangat disarankan dan dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Berapa kali anda sudah melaksanakan Nawafil tersebut dalam kegiatan sehari-hari anda?</p> <p><input type="radio"/> a. Tidak ada satu Nawafil pun yang saya lakukan d</p> <p><input type="radio"/> b. Hanya satu Nawafil yang saya lakukan dalam se</p> <p><input type="radio"/> c. 2-3 Nawafil yang saya lakukan dalam sehari ini</p> <p><input type="radio"/> d. Lebih dari 3 Nawafil saya lakukan dalam sehari</p>	<p>(Pengguna) Penilaian Aspek Religiusitas Mas</p> <p>Questions Responses (131)</p> <p>2</p> <p>Section 3 of 3</p> <p>Bagian 3</p> <p>INSTRUKSI: Setelah selesai menjawab pertanyaan 1 sampai 6, silahkan berikan penilaian terhadap pernyataan di bawah ini dengan tanda silang (X) pada kolom yang berisi opsi (Tidak pernah; Pernah satu kali (1x); Dua sampai tiga kali (2-3x); Lebih dari tiga kali (L3x)) terkait berapa kali anda melakukan atau terlibat dalam bentuk perilaku yang ada dalam pernyataan di bawah ini:</p>
<p>4. Allah telah memerintahkan kita untuk senantiasa meminta kepada-Nya terkait berbagai macam hal, baik itu yang berhubungan dengan dunia ataupun akhirat, dan Allah pun berjanji akan mengabulkan apa yang kita minta pada-Nya. Kemudian Allah juga menyebutkan bahwasannya, barangsiapa yang lebih mengutamakan kepentingannya disbanding Allah, maka tempatnya adalah</p>	<p>6. Sudah berapa kali anda bersedekah dalam hari-hari anda? Contohnya: memberikan uang sedekah, memberi makanan pada tetangga atau teman sejawat, mengerjakan atau berbagi ilmu yang anda ketahui kepada orang lain dan lain sebagainya.</p> <p><input type="radio"/> a. Saya tidak melakukan sedekah apapun belakangan</p> <p><input type="radio"/> b. Hanya satu kali saya bersedekah dalam setiap h</p> <p><input type="radio"/> c. 2-4 kali saya bersedekah dalam setiap hari</p>	<p>7. Berkata jujur dalam keadaan apapun *</p> <p><input type="radio"/> Tidak Pernah</p> <p><input type="radio"/> 1x</p> <p><input type="radio"/> 2-3x</p> <p><input type="radio"/> L3x</p>
<p>8. Berbakti kepada orang tua *</p>		

<input type="radio"/> L3x  10. Mendoakan kedua orang tua *  <input type="radio"/> 1x <input type="radio"/> 2-3x <input type="radio"/> L3x	24. Berprasangka buruk kepada orang lain, * seperti curiga  <input type="radio"/> Tidak Pernah <input type="radio"/> 1x <input type="radio"/> 2-3x <input type="radio"/> L3x	17. Memberikan keterangan palsu *  <input type="radio"/> Tidak Pernah <input type="radio"/> 1x <input type="radio"/> 2-3x <input type="radio"/> L3x
11. Ikhlas memohon ampunan-Nya dengan * tidak mengulangi kesalahan atau dosa yang sama  <input type="radio"/> Tidak Pernah <input type="radio"/> 1x <input type="radio"/> 2-3x <input type="radio"/> L3x	25. Berjudi *  <input type="radio"/> Tidak Pernah <input type="radio"/> 1x <input type="radio"/> 2-3x <input type="radio"/> L3x	18. Mengonsumsi barang haram, seperti * minimal beralkohol, baik itu dalam bentuk meminum, menjual, dan lain sebagainya  <input type="radio"/> Tidak Pernah <input type="radio"/> 1x <input type="radio"/> 2-3x <input type="radio"/> L3x
12. Mengejak orang lain untuk berbuat * kebaikan  <input type="radio"/> Tidak Pernah	26. Memberikan sumpah palsu atas nama * Allah  <input type="radio"/> Tidak Pernah <input type="radio"/> 1x	19. Melakukan praktek riba' atau memakan * harta riba' (melipatgandakan uang atau bunga bank)  <input type="radio"/> Tidak Pernah

#### 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian dengan Program SPSS 25.0

##### Correlations

		Item_34	Item_35	Item_36	Item_37	Item_38	Item_39	Item_40	Item_41	Item_42	Item_43	Item_44	Skor_Total
Item_1	Pearson Correlation	.369**	-.080	-.194	.495**	.154	-.108	.145	.110	-.156	-.221	.077	.394**
	Sig. (2-tailed)	.008	.579	.177	.000	.287	.456	.314	.446	.278	.122	.596	.005
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2	Pearson Correlation	.313*	.014	.048	.544**	.236	-.184	.105	.033	.045	-.217	.012	.464**

	Sig. (2-tailed)	.027	.922	.742	.000	.099	.201	.469	.822	.757	.131	.936	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3	Pearson Correlation	.120	.087	-.004	.327*	.307*	-.166	.041	-.143	.308*	-.027	.063	.212
	Sig. (2-tailed)	.407	.550	.980	.020	.030	.250	.777	.320	.029	.854	.663	.139
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_4	Pearson Correlation	.018	-.128	-.203	.111	.193	-.222	-.241	-.028	.110	-.024	.136	-.052
	Sig. (2-tailed)	.903	.376	.157	.441	.180	.121	.091	.847	.446	.870	.345	.722
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_5	Pearson Correlation	.246	.176	.204	.397**	.040	-.095	.036	.135	-.120	.091	-.115	.509**
	Sig. (2-tailed)	.085	.221	.155	.004	.780	.511	.804	.350	.406	.530	.428	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_6	Pearson Correlation	.414**	.051	.080	.376**	.228	-.207	-.018	-.190	.419**	-.300*	.205	.281*
	Sig. (2-tailed)	.003	.727	.583	.007	.112	.150	.899	.185	.002	.035	.153	.048
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_7	Pearson Correlation	-.394**	-.026	-.042	-.478**	-.182	.125	-.117	-.086	.032	.046	.212	-.466**
	Sig. (2-tailed)	.005	.856	.771	.000	.207	.387	.420	.551	.825	.750	.140	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Item_8	Pearson Correlation	-.094	.136	.056	-.122	-.072	.141	.218	.097	-.247	.208	-.314*	.191
	Sig. (2-tailed)	.515	.345	.699	.400	.619	.329	.129	.505	.083	.147	.026	.184
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_9	Pearson Correlation	.435**	.229	.244	.662**	.152	-.128	.116	.251	.020	-.099	-.146	.703**
	Sig. (2-tailed)	.002	.110	.088	.000	.292	.375	.421	.079	.892	.495	.313	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_10	Pearson Correlation	.591**	.092	.132	.449**	.169	-.087	.158	.208	-.110	-.024	-.147	.573**
	Sig. (2-tailed)	.000	.524	.359	.001	.241	.548	.272	.147	.445	.868	.308	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_11	Pearson Correlation	.160	.523**	.420**	.081	-.086	.315*	.258	.101	-.181	.199	-.338*	.451**
	Sig. (2-tailed)	.266	.000	.002	.578	.553	.026	.070	.484	.209	.166	.016	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_12	Pearson Correlation	-.126	.256	.223	-.147	-.191	.312*	.233	-.140	-.071	.221	-.186	.283*
	Sig. (2-tailed)	.384	.073	.120	.307	.184	.027	.103	.333	.625	.123	.195	.047
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_13	Pearson Correlation	.240	-.122	.123	.281*	.050	-.026	-.168	.113	-.021	-.110	-.032	.332*
	Sig. (2-tailed)	.093	.399	.393	.048	.732	.858	.244	.435	.883	.445	.827	.019

	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_1 4	Pearson Correlation	.408**	.135	.139	.538**	.368**	-.101	.042	.074	.105	.008	-.174	.653**
	Sig. (2- tailed)	.003	.351	.336	.000	.009	.486	.771	.611	.470	.955	.226	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_1 5	Pearson Correlation	.036	-.077	.337*	.004	-.171	.177	.224	.025	-.170	.039	.032	.219
	Sig. (2- tailed)	.806	.595	.017	.976	.235	.220	.118	.863	.239	.790	.824	.127
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_1 6	Pearson Correlation	.018	.221	.323*	.028	-.079	.218	.179	.213	- .361**	.482**	- .365**	.227
	Sig. (2- tailed)	.904	.123	.022	.844	.584	.128	.213	.137	.010	.000	.009	.112
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_1 7	Pearson Correlation	.458**	.169	-.082	.463**	.207	-.230	.164	.000	.271	-.218	-.124	.530**
	Sig. (2- tailed)	.001	.241	.569	.001	.150	.107	.256	1.000	.057	.129	.391	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_1 8	Pearson Correlation	.497**	.071	-.102	.458**	.069	-.234	.039	.018	.342*	- .411**	-.036	.397**
	Sig. (2- tailed)	.000	.624	.483	.001	.635	.101	.787	.901	.015	.003	.802	.004
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_1 9	Pearson Correlation	.256	.373**	.253	.325*	.025	.071	.189	.071	.255	-.104	- .331*	.553**

	Sig. (2-tailed)	.073	.008	.076	.021	.863	.625	.188	.622	.074	.472	.019	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_20	Pearson Correlation	.015	.414**	.246	.166	-.111	.014	.210	.194	.141	.067	-.299*	.462**
	Sig. (2-tailed)	.916	.003	.085	.248	.442	.922	.143	.176	.329	.642	.035	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_21	Pearson Correlation	.467**	.210	.231	.258	.032	-.164	.269	.019	.125	-.041	.057	.551**
	Sig. (2-tailed)	.001	.142	.106	.071	.823	.255	.058	.897	.388	.777	.695	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_22	Pearson Correlation	.349*	.067	-.043	.482**	.356*	-.074	-.028	.155	.039	-.316*	-.032	.523**
	Sig. (2-tailed)	.013	.642	.769	.000	.011	.609	.847	.284	.787	.026	.826	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_23	Pearson Correlation	-.155	-.059	.038	.111	.225	-.033	-.108	.032	.074	.347*	-.075	.101
	Sig. (2-tailed)	.282	.686	.795	.443	.116	.822	.457	.826	.609	.013	.605	.486
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_24	Pearson Correlation	.162	.311*	.280*	.079	.000	.033	.249	.165	-.220	.407**	-.205	.339*
	Sig. (2-tailed)	.261	.028	.049	.588	1.000	.822	.082	.253	.125	.003	.154	.016
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50



Item_2 5	Pearson Correlation	.462**	.202	.046	.602**	.225	-.278	.210	.153	.103	- .285*	-.137	.560**
	Sig. (2- tailed)	.001	.159	.753	.000	.116	.050	.144	.287	.475	.045	.344	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2 6	Pearson Correlation	.252	.156	.062	.430**	.275	-.121	.160	.244	-.229	.039	-.171	.560**
	Sig. (2- tailed)	.078	.278	.669	.002	.053	.401	.267	.088	.110	.790	.234	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2 7	Pearson Correlation	.460**	.283*	.307*	.517**	.262	-.200	.228	.115	.038	.097	-.015	.583**
	Sig. (2- tailed)	.001	.046	.030	.000	.067	.164	.111	.428	.795	.502	.916	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2 8	Pearson Correlation	.259	.488**	.275	.060	-.228	.283*	.429**	.198	-.084	.135	- .430**	.497**
	Sig. (2- tailed)	.069	.000	.053	.681	.111	.046	.002	.168	.563	.351	.002	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2 9	Pearson Correlation	.342*	.156	.276	.457**	.015	.046	.274	-.178	.181	-.059	-.105	.584**
	Sig. (2- tailed)	.015	.281	.052	.001	.917	.750	.054	.215	.208	.685	.466	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 0	Pearson Correlation	.312*	.251	.023	.596**	.374**	-.089	.294*	.118	-.242	.085	-.139	.594**
	Sig. (2- tailed)	.027	.079	.871	.000	.007	.538	.038	.415	.091	.557	.336	.000

	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 1	Pearson Correlation	.110	.520**	.228	.274	-.057	.103	.420**	.130	-.181	.236	-.201	.482**
	Sig. (2- tailed)	.448	.000	.111	.054	.694	.479	.002	.369	.208	.098	.162	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 2	Pearson Correlation	.086	.220	.418**	.080	-.019	.264	.270	.046	-.169	.282*	-.243	.410**
	Sig. (2- tailed)	.554	.124	.003	.580	.898	.064	.058	.754	.241	.047	.089	.003
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 3	Pearson Correlation	.606**	.069	.147	.556**	.157	-.175	.089	.121	.132	- .287*	.165	.599**
	Sig. (2- tailed)	.000	.635	.310	.000	.276	.224	.540	.402	.360	.043	.253	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 4	Pearson Correlation	1	.195	.149	.519**	.051	-.101	.233	.076	.103	-.223	.017	.582**
	Sig. (2- tailed)		.175	.300	.000	.724	.484	.104	.599	.476	.120	.907	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 5	Pearson Correlation	.195	1	.253	.124	.038	.174	.189	.256	-.112	.184	-.044	.487**
	Sig. (2- tailed)	.175		.076	.391	.795	.227	.188	.072	.438	.200	.761	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 6	Pearson Correlation	.149	.253	1	.058	- .313*	.303*	.446**	.014	.094	.227	-.202	.445**

	Sig. (2-tailed)	.300	.076		.691	.027	.032	.001	.922	.515	.112	.159	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 7	Pearson Correlation	.519**	.124	.058	1	.524**	-.251	.091	.047	.125	-.118	-.083	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000	.391	.691		.000	.079	.528	.747	.387	.416	.568	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 8	Pearson Correlation	.051	.038	-.313*	.524**	1	-.183	-.265	-.003	.123	.019	.138	.223
	Sig. (2-tailed)	.724	.795	.027	.000		.204	.063	.986	.394	.893	.338	.119
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 9	Pearson Correlation	-.101	.174	.303*	-.251	-.183	1	.188	-.243	-.161	-.016	-.177	.023
	Sig. (2-tailed)	.484	.227	.032	.079	.204		.192	.089	.265	.914	.218	.875
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_4 0	Pearson Correlation	.233	.189	.446**	.091	-.265	.188	1	-.150	-.093	.162	-.368**	.376**
	Sig. (2-tailed)	.104	.188	.001	.528	.063	.192		.299	.520	.262	.009	.007
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_4 1	Pearson Correlation	.076	.256	.014	.047	-.003	-.243	-.150	1	-.438**	.025	-.008	.192
	Sig. (2-tailed)	.599	.072	.922	.747	.986	.089	.299		.001	.865	.958	.181
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Item_4 2	Pearson Correlation	.103	-.112	.094	.125	.123	-.161	-.093	- .438**	1	- .469**	.345*	.031
	Sig. (2-tailed)	.476	.438	.515	.387	.394	.265	.520	.001		.001	.014	.833
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_4 3	Pearson Correlation	-.223	.184	.227	-.118	.019	-.016	.162	.025 .469**	- 1	- .428**		.057
	Sig. (2-tailed)	.120	.200	.112	.416	.893	.914	.262	.865	.001		.002	.694
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_4 4	Pearson Correlation	.017	-.044	-.202	-.083	.138	-.177 .368**	- -.008	.345*	- .428**	1		-.207
	Sig. (2-tailed)	.907	.761	.159	.568	.338	.218	.009	.958	.014	.002		.149
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Skor_ Total	Pearson Correlation	.582**	.487**	.445**	.675**	.223	.023	.376**	.192	.031	.057	-.207	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.119	.875	.007	.181	.833	.694	.149	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

### Correlations

		Item_ 34	Item_ 35	Item_ 36	Item_ 37	Item_ 38	Item_ 39	Item_ 40	Item_ 41	Item_ 42	Item_ 43	Item_ 44	Skor_ Total
Item_1	Pearson Correlation	.268	.145	.235	.442**	.574**	.054	.136	.079	.033	.258	.105	.633**
	Sig. (2-tailed)	.060	.314	.100	.001	.000	.709	.345	.586	.819	.071	.468	.000

	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2	Pearson Correlation	.152	.011	.165	.329*	.502**	.091	.116	.066	-.031	.343*	.117	.479**
	Sig. (2-tailed)	.292	.941	.251	.020	.000	.530	.424	.647	.832	.015	.419	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3	Pearson Correlation	.191	.175	.074	.242	.140	-.020	-.174	.021	.059	.004	-.010	.321*
	Sig. (2-tailed)	.185	.223	.611	.090	.333	.890	.227	.884	.683	.979	.943	.023
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_4	Pearson Correlation	.118	.032	-.230	-.209	-.277	.001	-.234	.160	.000	-.322*	.245	-.080
	Sig. (2-tailed)	.414	.824	.108	.144	.051	.992	.102	.268	1.000	.023	.086	.579
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_5	Pearson Correlation	.474**	.055	.175	.422**	.461**	-.271	-.041	.042	.174	.195	.064	.584**
	Sig. (2-tailed)	.001	.705	.223	.002	.001	.057	.778	.774	.226	.176	.659	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_6	Pearson Correlation	.397**	.076	.210	.270	.336*	-.237	-.141	.188	.138	.219	.048	.394**
	Sig. (2-tailed)	.004	.602	.143	.058	.017	.098	.329	.192	.339	.126	.740	.005
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_7	Pearson Correlation	.409**	.313*	.283*	.106	.239	-.123	.047	-.062	-.042	.376**	.068	.497**

	Sig. (2-tailed)	.003	.027	.046	.465	.095	.394	.744	.667	.770	.007	.640	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_8	Pearson Correlation	-.012	.236	.380**	.212	.293*	-.157	.220	-.130	-.196	.496**	-.116	.368**
	Sig. (2-tailed)	.934	.099	.007	.140	.039	.275	.124	.368	.172	.000	.424	.009
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_9	Pearson Correlation	.335*	.041	.133	.235	.205	-.082	-.072	.141	.194	.003	.216	.455**
	Sig. (2-tailed)	.017	.780	.358	.100	.152	.571	.620	.330	.177	.982	.132	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_10	Pearson Correlation	.523**	.257	.222	.051	.132	-.094	-.362**	.152	.316*	.108	.364**	.409**
	Sig. (2-tailed)	.000	.072	.121	.727	.359	.518	.010	.293	.025	.457	.009	.003
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_11	Pearson Correlation	.213	.393**	.289*	.078	.371**	-.261	-.106	.239	-.021	.165	.237	.472**
	Sig. (2-tailed)	.137	.005	.042	.592	.008	.068	.464	.095	.886	.253	.098	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_12	Pearson Correlation	.226	.427**	.308*	.077	.390**	-.026	.035	.211	-.040	.147	.238	.543**
	Sig. (2-tailed)	.114	.002	.030	.593	.005	.857	.811	.141	.784	.308	.096	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Item_1 3	Pearson Correlation	.596**	.185	.042	.268	.382**	.029	-.058	.269	.429**	-.195	.301*	.586**
	Sig. (2-tailed)	.000	.197	.772	.059	.006	.843	.691	.059	.002	.175	.034	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_1 4	Pearson Correlation	.464**	.265	.316*	.440**	.453**	-.041	-.168	.269	.182	.159	.132	.672**
	Sig. (2-tailed)	.001	.063	.025	.001	.001	.779	.245	.059	.206	.269	.360	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_1 5	Pearson Correlation	.048	-.046	.377**	-.120	.149	-.005	.067	-.254	-.046	.368**	-.054	.220
	Sig. (2-tailed)	.743	.750	.007	.406	.302	.975	.643	.076	.749	.009	.711	.124
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_1 6	Pearson Correlation	-.148	.079	.226	-.289*	.028	.224	.141	-.044	-.066	.179	.007	.203
	Sig. (2-tailed)	.304	.585	.115	.042	.845	.119	.330	.761	.648	.213	.962	.158
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_1 7	Pearson Correlation	.524**	.208	.176	.394**	.298*	.090	-.038	.289*	.382**	-.090	.208	.632**
	Sig. (2-tailed)	.000	.148	.221	.005	.035	.534	.791	.042	.006	.536	.147	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_1 8	Pearson Correlation	.538**	.210	.084	.533**	.163	.102	.030	.189	.412**	-.243	.015	.427**
	Sig. (2-tailed)	.000	.144	.561	.000	.258	.480	.838	.189	.003	.089	.919	.002

	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_1 9	Pearson Correlation	-.049	.233	.409**	.057	.235	.178	.167	.128	-.154	.093	-.176	.429**
	Sig. (2-tailed)	.734	.103	.003	.694	.100	.215	.245	.375	.285	.522	.222	.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2 0	Pearson Correlation	.148	.208	.447**	.036	.280*	.159	.048	.253	-.067	.236	.079	.436**
	Sig. (2-tailed)	.306	.147	.001	.805	.049	.271	.739	.076	.642	.099	.583	.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2 1	Pearson Correlation	.513**	.201	.282*	.240	.221	.110	.002	.152	.163	.066	.293*	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000	.162	.047	.094	.123	.446	.988	.292	.259	.647	.039	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2 2	Pearson Correlation	.128	-.029	-.172	.422**	.400**	-.046	.225	.000	.163	-.050	-.270	.315*
	Sig. (2-tailed)	.377	.841	.232	.002	.004	.749	.116	1.000	.257	.730	.058	.026
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2 3	Pearson Correlation	.000	.173	.324*	-.134	-.040	.167	.077	-.158	-.251	.299*	.108	.169
	Sig. (2-tailed)	1.000	.228	.022	.352	.784	.248	.596	.274	.079	.035	.457	.241
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2 4	Pearson Correlation	.212	.394**	.516**	-.094	.178	.186	-.209	.323*	.025	.293*	.287*	.505**



	Sig. (2-tailed)	.139	.005	.000	.518	.217	.196	.145	.022	.861	.039	.043	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2 5	Pearson Correlation	.646**	.252	.105	.383**	.295*	-.066	.032	.191	.226	-.126	.278	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.077	.468	.006	.037	.651	.825	.184	.115	.383	.051	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2 6	Pearson Correlation	.495**	.228	.060	.442**	.479**	.021	.136	.141	.099	-.027	.137	.571**
	Sig. (2-tailed)	.000	.112	.678	.001	.000	.884	.345	.327	.492	.852	.342	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2 7	Pearson Correlation	.752**	.261	.222	.421**	.401**	-.117	-.104	.313*	.342*	.005	.245	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.067	.122	.002	.004	.419	.471	.027	.015	.971	.086	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2 8	Pearson Correlation	.256	.527**	.576**	-.078	.307*	-.037	-.177	.399**	.165	.052	.271	.544**
	Sig. (2-tailed)	.073	.000	.000	.590	.030	.800	.220	.004	.251	.721	.057	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_2 9	Pearson Correlation	.544**	.264	.202	.365**	.286*	.115	-.026	.101	.176	.131	.155	.587**
	Sig. (2-tailed)	.000	.064	.160	.009	.044	.427	.857	.486	.222	.364	.283	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Item_3 0	Pearson Correlation	.095	.009	-.110	.603**	.091	.105	.026	.207	.080	- .332*	-.233	.065
	Sig. (2- tailed)	.514	.949	.448	.000	.529	.469	.856	.149	.583	.019	.104	.654
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 1	Pearson Correlation	.115	.101	.315*	-.002	-.020	.218	.033	.110	-.245	.220	.050	.236
	Sig. (2- tailed)	.425	.484	.026	.991	.890	.128	.821	.448	.086	.125	.729	.098
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 2	Pearson Correlation	-.237	.043	.225	- .368**	-.096	.338*	.284*	- .308*	-.048	.162	-.113	-.042
	Sig. (2- tailed)	.097	.766	.117	.009	.506	.016	.045	.030	.740	.260	.436	.775
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 3	Pearson Correlation	.622**	.272	.310*	.425**	.384**	-.089	.077	.070	.087	.022	.079	.511**
	Sig. (2- tailed)	.000	.056	.028	.002	.006	.540	.593	.630	.549	.878	.584	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 4	Pearson Correlation	1	.282*	.270	.334*	.319*	-.053	-.127	.214	.298*	-.026	.414**	.675**
	Sig. (2- tailed)		.047	.058	.018	.024	.712	.378	.136	.036	.860	.003	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 5	Pearson Correlation	.282*	1	.557**	.001	.132	.209	.124	.247	.081	.063	-.091	.507**
	Sig. (2- tailed)	.047		.000	.993	.362	.145	.391	.084	.575	.665	.530	.000

	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 6	Pearson Correlation	.270	.557**	1	.040	.308*	-.015	-.078	.249	-.069	.388**	-.028	.563**
	Sig. (2-tailed)	.058	.000		.783	.029	.920	.588	.082	.635	.005	.845	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 7	Pearson Correlation	.334*	.001	.040	1	.551**	-.149	.017	.174	.105	-.015	-.062	.419**
	Sig. (2-tailed)	.018	.993	.783		.000	.300	.909	.226	.469	.920	.670	.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 8	Pearson Correlation	.319*	.132	.308*	.551**	1	-.347*	.004	.188	.124	.294*	.108	.604**
	Sig. (2-tailed)	.024	.362	.029	.000		.014	.976	.192	.390	.038	.455	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_3 9	Pearson Correlation	-.053	.209	-.015	-.149	-.347*	1	.216	-.107	.000	.003	-.049	.068
	Sig. (2-tailed)	.712	.145	.920	.300	.014		.131	.459	1.000	.985	.733	.637
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_4 0	Pearson Correlation	-.127	.124	-.078	.017	.004	.216	1	-.472**	-.360*	.188	-.450**	-.014
	Sig. (2-tailed)	.378	.391	.588	.909	.976	.131		.001	.010	.191	.001	.925
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_4 1	Pearson Correlation	.214	.247	.249	.174	.188	-.107	-.472**	1	.492**	-.327*	.228	.326*

	Sig. (2-tailed)	.136	.084	.082	.226	.192	.459	.001		.000	.021	.111	.021
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_4 2	Pearson Correlation	.298*	.081	-.069	.105	.124	.000	-.360*	.492**	1	-.280*	.315*	.256
	Sig. (2-tailed)	.036	.575	.635	.469	.390	1.000	.010	.000		.049	.026	.073
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_4 3	Pearson Correlation	-.026	.063	.388**	-.015	.294*	.003	.188	-.327*	-.280*	1	-.130	.255
	Sig. (2-tailed)	.860	.665	.005	.920	.038	.985	.191	.021	.049		.369	.074
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Item_4 4	Pearson Correlation	.414**	-.091	-.028	-.062	.108	-.049	-.450**	.228	.315*	-.130	1	.270
	Sig. (2-tailed)	.003	.530	.845	.670	.455	.733	.001	.111	.026	.369		.058
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Skor_ Total	Pearson Correlation	.675**	.507**	.563**	.419**	.604**	.068	-.014	.326*	.256	.255	.270	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.637	.925	.021	.073	.074	.058	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	44

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	44

### 5. Hasil Uji Normalitas dengan Program SPSS 15.0

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	8.80857421
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.049
	Negative	-.101
Test Statistic		.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	8.17385053
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.097

Negative	-.115
Test Statistic	.115
Asymp. Sig. (2-tailed)	.145 <sup>c</sup>

#### 6. Hasil Uji Homogenitas dengan Program SPSS 25.0

##### Test of Homogeneity of Variances

		Sig.
Hasil Angket Penggunaan Aplikasi	Based on Mean	.364
	Based on Median	.338
	Based on Median and with adjusted df	.338
	Based on trimmed mean	.354

##### Test of Homogeneity of Variances

		Sig.
Hasil Skala Religiusitas Pengguna Aplikasi	Based on Mean	.555
	Based on Median	.621
	Based on Median and with adjusted df	.621
	Based on trimmed mean	.587

#### 7. Hasil Uji Koefisien Korelasi dengan Program SPSS 25.0

##### Correlations

		Penggunaan Aplikasi Muslim Pro	Tingkat Religiusitas Muslim Kota Malang
Penggunaan Aplikasi Muslim Pro	Pearson Correlation	1	.508**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	40	40
Tingkat Religiusitas Muslim Kota Malang	Pearson Correlation	.508**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	40	40

### Correlations

		Penggunaan Aplikasi Umma	Tingkat Religiusitas Muslim Kota Malang
Penggunaan Aplikasi Umma	Pearson Correlation	1	.503**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	40	40
Tingkat Religiusitas Muslim Kota Malang	Pearson Correlation	.503**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	40	40

### 8. Hasil Uji Hipotesis Analisis Regresi Linier Sederhana dengan Program SPSS 25.0

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penggunaan Aplikasi Muslim Pro <sup>b</sup>	.	Enter

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.422 <sup>a</sup>	.178	.161	7.530

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	591.335	1	591.335	10.428	.002 <sup>b</sup>
	Residual	2721.785	48	56.704		
	Total	3313.120	49			

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	46.795	8.111		5.770
	Penggunaan Aplikasi Muslim Pro	.315	.098	.422	3.229

### Coefficients<sup>a</sup>

Model

Sig.



1	(Constant)	.000
	Penggunaan Aplikasi Muslim Pro	.002

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penggunaan Aplikasi Umma <sup>b</sup>	.	Enter

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.427 <sup>a</sup>	.182	.161	8.259

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	578.677	1	578.677	8.483	.006 <sup>b</sup>
	Residual	2592.298	38	68.218		
	Total	3170.975	39			

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	36.229	13.043		2.778
	Penggunaan Aplikasi Umma	.434	.149	.427	2.913

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Sig.
1	(Constant)	.008
	Penggunaan Aplikasi Umma	.006

## DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu. *Bahan Ajar Cetak Strategi Pembelajaran: Metode Pembelajaran Yang Lebih Berpusat Pada Guru*. Jakarta: Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional, 2008.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: PT Rineka Cipta, 2002.
- . *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 1995.
- Asaberita. “Implementasi Artificial Intelligence Di Bidang Pendidikan.” Last modified 2020. <http://asaberita.com/implementasi-artificial-intelligence-di-bidang-pendidikan/>.
- Aziz, Abd. “Religiusitas Masyarakat Urban Di Era Digital (The Religiousity of Urban Communities in the Digital Era).” In *Conference: International Conference Departement Communication*. Surabaya: Universitas Airlangga, 2018.
- Azwar, Syaifuddin. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Bambang Suryadi, Bahrul Hayat. *Religiusitas: Konsep, Pengukuran, Dan Implementasi Di Indonesia*. Jakarta: Bibliosmia Karya indonesia, 2021.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2001.
- . *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- CNBC. “Begini Cara AI Dan Teknologi Membantu Manusia Beribadah.” Last modified 2018. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20180512162724-37-14671/begini-cara-ai-dan-teknologi-membantu-manusia-beribadah>.
- Darajat, Zakiah. *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Bulan Bintang, 1993.
- Emzir. “Metodologi Penelitian Kualitatif (Analisis Data).” Jakarta: Rajawali Press, 2016.
- Endraswara, Suwardi. *Metodologi Penelitian Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Widayatama, 2006.
- Ertel, Wolfgang. *Introductions to Artificial Intelligence*. London: Springer International Publishing, 2017.

- Fachri Syahreza, Irwan Syari. "Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED." *Jurnal Interaksi* 2 (18AD).
- Fetzer, John E. *Multidimensional Measurement of Religiousness/ Spirituality for Use in Health*. Kalamazo: John E. Fetzer Institute, 1999.
- Gerungan, W.A. *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama, 2004.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Giddens, Anthony. *Modernity and Self-Identity*. Amerika Serikat: Standford University Press, 1991.
- Hawi, Akmal. *Seluk Beluk Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Grafindo Persada, 2014.
- Huberman, Matthew B. Miles-A. Michael. *Qualitative Data Analysis (Second Edition)*. London: Sage Publications, 1994.
- Indotelko. "Aplikasi Umma Miliki 2,5 Juta Pengguna." Last modified 2019. Accessed March 11, 2021. <https://www.indotelko.com/read/1556243078/aplikasi-umma>.
- Infokomputer. "Begini Cara Gojek Memanfaatkan Teknologi Artificial Intelligence." Last modified 2019. Accessed March 15, 2021. <https://infokomputer.grid.id/read/121840841/begini-cara-gojek-memanfaatkan-teknologi-artificial-intelligence?page=all>.
- Ishomuddin. *Pengantar Sosiologi Agama*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Ismail, Faisal. *Paradigma Kebudayaan Islam: Studi Kritis Dan Refleksi Historis*. Yogyakarta: Titian Ilahi Press, 1997.
- Jannah, Nur. "Implikasi Teknologi Informasi Pada Perilaku Sosial Dan Keagamaan Siswa Kelas XI (Studi Kasus Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Mojokerto." Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2017.
- Kaelan. *Metode Penelitian Kualitatif Interdisiplinner Bidang Sosial, Budaya, Filsafat, Seni, Agama, Dan Humaniora*. Yogyakarta: Paradigma, 2012.
- KBBI. "Kamus Besar Bahasa Indonesia." Last modified 2020. Accessed October 1, 2020. <https://kbbi.web.id/teknologi>.

- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Kuantitatif Dan Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2020.
- Lande, Golda. “Penerapan Artificial Intelligence Sebagai Autonomous Weapons Dalam Konflik Bersenjata Di Indonesia.” Universitas Gadjadara, 2019.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2015.
- M. Djunaidi Ghony, Fauzan Almanshur. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.
- Macpoin. “Review Muslim Pro, Aplikasi Terbaik Di Bulan Ramadan.” Last modified 2016. <https://macpoin.com/11948/review-muslim-pro-aplikasi-terbaik-di-bulan-ramadan/>.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Mediabuzz. “Muslim Pro Is No 1. Islamic Mobile App With Over 10 Million Downloads Globally.” Last modified 2014. <https://www.mediabuzz.com.sg/companies-campaigns-april-14/muslim-pro-is-no-1-islamic-mobile-app-with-over-10-million-downloads-globally>.
- Miarso, Yusuf Hadi. *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*. Jakarta: Pustekom Dinas, 2007.
- Morissan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Mu’in, Abdul. “Studi Analisis Religiusitas Mahasiswa FE UNY Yang Menabung Di Bank Syariah.” Universitas Negeri Yogyakarta, 2016.
- Muflihah, Lina. “Dakwah Muslim Milenial: Studi Kasus Dalam Akun Instagram @surabayahijrah.” UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020.
- Muhammad Afif Hasbi. “PENGARUH KEPEMILIKAN APLIKASI AL QUR’AN DIGITAL TERHADAP INTENSITAS MEMBACA AL QUR’AN DI KALANGAN MAHASISWA PAI ANGKATAN 2014 DI UIN SUNAN AMPEL.” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Mutia. “Teknologi Dalam Al-Qur’an.” *Jurnal Islam Futura* 6, no. Teknologi dalam al-Qur’an (2007).

- Naisbitt, John. *High Tech High Touch*. Bandung: Mizan, 2002.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian, Edisi I*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Norvig, Stuart Russel & Peter. *Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence)*. United States: Pearson, 2010.
- Nur Ghufuran, Rini Risnawati. *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Pals, Daniel. L. *Seven Theories of Religion: Tujuh Teori Agama Paling Berpengaruh*. Yogyakarta: IRCiSod, 2018.
- Papacharissi, Zizi, and Alan M. Rubin. "Predictors of Internet Use." *https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402\_2* 44, no. 2 (2010): 175–196. Accessed July 16, 2021. [https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15506878jobem4402\\_2](https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15506878jobem4402_2).
- Perekonomian, Kementerian Bidang. "Kecerdasan Artifisial Bantu Ungkit Perekonomian Nasional Di Masa Depan." Last modified 2020. Accessed March 30, 2021. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/629/kecerdasan-artifisial-bantu-ungkit-perekonomian-nasional-di-masa-depan>.
- Play, Google. "Muslim Pro – Prayer Times, Adzan, Qur'an, & Qibla." Last modified 2020. Accessed October 2, 2020. [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bitsmedia.android.muslimpro&hl=en\\_US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bitsmedia.android.muslimpro&hl=en_US).
- . "Umma - #1 Komunitas Muslim & Gaya Hidup." Last modified 2020. Accessed December 23, 2020. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.muslim.android&hl=in&gl=US>.
- Pro, Muslim. "Terpopuler Aplikasi Muslim!" Last modified 2021. Accessed September 10, 2021. <https://www.muslimpro.com/id/>.
- Raharja, Poerbahawadja. *Ensiklopedia Pendidikan*. Jakarta: Gunung Agung, 1982.
- Rahmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007.
- Rahmat, Jalaludin. *Psikologi Agama: Tingkah Laku Agama Yang Menyimpang*.

- Palembang: IAIN Raden Fatah Press, 2014.
- Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Agama*. Jakarta: Grafindo Persada, 2003.
- Republika. “Kaitan Artificial Intelligence Dan Dakwah Islam.” Last modified 2021. <https://www.republika.co.id/berita/qphh3o430/kaitan-artificial-intelligence-dan-dakwah-islam>.
- . “Luncurkan Aplikasi Mobile, Umma Tawarkan Konten Islami.” Last modified 2019. <https://www.republika.co.id/berita/pqiez1383/luncurkan-aplikasi-emmobileem-umma-tawarkan-konten-islami>.
- Riadi, Edi. *Metode Statistika Parametrik Dan Non Parametrik*. Tangerang: Pustaka Mandiri, n.d.
- Rohmah, Noer. *Pengantar Psikologi Agama*. Yogyakarta: Teras, 2013.
- Rosli, Hafizah, and Ruslan Abd Rahim. “A Study of the Malaysian Youth Perception toward ‘Muslim Pro’ Apps through Smart Phone in Malaysia Using Technology Acceptance Model (TAM) / Hafizah Rosli and Ruslan Abd Rahim” (2016).
- Rusman, Dkk. *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Jakarta: GRafindo Persada, 2012.
- Saifuddin, Ahmad. *Psikologi Agama: Implementasi Psikologi Untuk Memahami Perilaku Agama*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Saluky. “Tinjauan Artificial Intelligence Untuk Smart Government.” *ITEJ: Information Technology Engineering Journals* 3 (2018).
- Sarwono, Jonathan. *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012.
- . *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif: Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012.
- Sarwono, Sarlito W. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali Press, 2009.
- Sasongko, Jati. “Penerapan Sistem Pakar Dalam Bidang: Industri, Pendidikan, Bisnis.” *Jurnal Edisi Januari*, no. Artificial Intelligence (2002).
- Savitri, Astrid. *Revolusi Industri 4.0: Mengubah Tantangan Menjadi Peluang Di Era Disrupsi 4.0*. Yogyakarta: Genesis, 2019.
- Sebastian, Yoris. *Generasi Langgas*. Jakarta: Gagas Media, 2018.

- Setowara, Subhan. *Muslim Milenial: Catatan & Kisah Wow Muslim Zaman Now*. Bandung: Mizan, 2018.
- Setyawati, Natalia. "Motif Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Acara Berita Kriminal Kerek MHTV." *Jurnal e-Komunikasi* 3, no. 1 (July 31, 2015). Accessed July 16, 2021. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/3823>.
- Shameera, Fathima, Abdul Wahid, Mansoor Cmm, Fathima Nadhira, Abdul Kuddoos, and Fathima Shafrana. *Sri Lankan Youth Perception (User) toward "Muslim Pro" Apps through Smart Phone*. South Eastern University of Sri Lanka, University Park, Oluvil, Sri Lanka, December 17, 2018. Accessed June 11, 2021. <http://ir.lib.seu.ac.lk/handle/123456789/3819>.
- Shihab, Quraish. *Tafsir Al-Mishbah*. 2nd ed. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Sinulingga, Angelina Corahta br. "ANALISIS FAKTOR PENGGUNAAN APLIKASI INVENTORY CONTROL SYSTEM (ICS) DENGAN MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI YANG DIMODIFIKASI PADA RIA BUSANA CHAIN STORE." *Accounting and Business Information Systems Journal* 7, no. 4 (September 22, 2020). Accessed August 5, 2021. <https://journal.ugm.ac.id/abis/article/view/58785>.
- Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Sopian, Dyka Apriliani. "STRATEGI DAKWAH DALAM MENERAPKAN NILAI AJARAN ISLAM DI KOMUNITAS 'YUK NGAJI' WILAYAH BANDUNG." *JURNAL SYNTAX IMPERATIF : Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 1 (2019). Accessed July 18, 2021. <http://jurnal.syntaximperatif.co.id/index.php/syntax-imperatif/article/view/3>.
- Stark, C.Y. Glock & R. *American Piety: The Nature of Religious Commitment*. Bakeley: University of California Press, 1968.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Semarang: Duta Grafika, 2015.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta,



- 2017.
- Sumarni, Titin. "Scientific Learning: Konsep IPTEK Dan Keterpaduannya Dalam Al-Qur'an." *Jurnal Akademika* 13, no. Scientific Learning (2017).
- Supranto, J. *Teori Dan Aplikasi, Edisi VII*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Suprijono, Agus. *Cooperative Learning: Teori Dan Aplikasi PAIKEM*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Suroso, Ancok, Djamaludin. *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Islam, 2008.
- Tamrin, A. "Relasi Ilmu, Filsafat Dan Agama Dalam Dimensi Filsafat Ilmu." *Salam: Jurnal Sosial dan Budaya Syar'i*, no. Filsafat Ilmu (2019).
- Thoules, Robert H. *Marriage and The Family*. New York: Harper and Row Publisher, n.d.
- Toynbee, Arnold. *Sejarah Umat Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Trijino, Rachmat. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Papas Sinar Sinanti, n.d.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press, 2014.
- Verbit, M. F. *The Components and Dimensions of Religious Behaviour: Toward a Reconceptualization of Religiousity*. New York: Random House, 1970.
- Wahyuni, Herman Indah. *Kebijakan Media Baru Di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2013.
- Yogaswara, Reza. "Artificial Intelligence Sebagai Penggerak Industri 4.0 Dan Tantangannya Bagi Sektor Pemerintah Dan Swasta." *Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Komunikasi* 10, no. 1 (September 25, 2019): 68. Accessed March 30, 2021.  
<http://www.mplsvpn.info/2017/11/what-is-neuron-and->.
- "Motif Remaja Dalam Menggunakan Media Baru (Studi Pada Remaja Di Daerah Sub-Urban Kota Bandung) | Pramiyanti | Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi." Accessed June 29, 2021.  
<http://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/view/2783>.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



M. Firdaus Imaduddin lahir di Lamongan, 9 Mei 1996. Ia putra tunggal dari pasangan Bapak Drs. H. Ali Fauzi dan Ibu Hj. Sumarlik Fauzi. Ia bertempat tinggal di Jl. Panglima Sudirman, No, 8, RT.002 RW.001, Sukodadi Lamongan, Jawa Timur.

Laki-laki yang akrab dipanggil Imad ini mengawali pendidikan di TK Ma'arif Sukolilo pada tahun 2001, kemudian melanjutkan pendidikan di MI Ma'arif Sukolilo pada tahun 2002, lalu melanjutkan pendidikan sekolah menengah di MTsN Model Babat Lamongan pada tahun 2008, kemudian melanjutkan pendidikan menengah atas di MAN 3 Malang pada tahun 2011. Setelah tamat sekolah menengah atas, Imad melanjutkan jenjang pendidikan S1 di Jurusan Bahasa dan Sastra, Fakultas Humaniora, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dan berhasil menyelesaikan skripsinya yang berjudul *Pemikiran Ajzal al-Kalam Ibrahim Anis, Mahdi Makhzumi, dan Tamam Hasan dalam Nahwu Kontemporer: Studi Deskriptif Analitis* pada tahun 2018 dan lulus dengan predikat terbaik. Imad saat ini sedang menyelesaikan Program Magister Studi Ilmu Agama Islam, Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul tesis *Teknologi Kecerdasan Artifisial dan Religiusitas: Motif, Model Implementasi dan Pengaruh (Studi Terhadap Komunitas Milenial Kota Malang)*.

Selain menjadi mahasiswa, penulis juga aktif dalam menulis. Di antara tulisan yang sudah pernah penulis terbitkan dalam jurnal nasional adalah *Ideologi Cinta dalam Cerpen Dalam Perjamuan Cinta Karya Taufik Al-Hakim Berdasarkan Perspektif Strukturalisme Genetik* terbit dalam Jurnal Haluan Sastra Budaya, Universitas Sebelas Maret tahun 2017, *Studi Persepsi Masyarakat Terhadap Fatwa MUI No. 14 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Ibadah Dalam Situasi Wabah Covid-19* terbit dalam Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama, UIN Sumatera Utara tahun 2020, *Kosmologi Ibnu Arabi dan Covid-19: Relasi dan Solusi Alternatif dalam Tasawuf Filosofis* tahun 2021 terbit dalam Jurnal Esoterik, IAIN Kudus dan *Peta Perkembangan Wacana Intelektual*

*Islam Nusantara Abad VII-XXI: Sebuah Analisis Historis* terbit dalam Jurnal Tamaddun: Jurnal Kebudayaan dan Sastra Islam, UIN Raden Fatah Palembang tahun 2021. Selain itu, Imad juga pernah mengikut penelitian kompetitif mahasiswa yang diselenggarakan oleh Fakultas Humaniora dengan judul *Kisah Musa dan Fir'aun dalam Surat Taha: Studi Semiotika Rifatere* tahun 2017.